

OS INVESTIMENTOS PRIVADOS NO TERCEIRO SETOR NO BRASIL



Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Tiago Ramos dos Santos

**OS INVESTIMENTOS PRIVADOS NO
TERCEIRO SETOR NO BRASIL**



Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Tiago Ramos dos Santos

OS INVESTIMENTOS PRIVADOS NO TERCEIRO SETOR NO BRASIL

Dissertação do Mestrado
Mestrado em Economia Social

Trabalho realizado sob a orientação da
Professora Doutora Cristina de Matos

Fevereiro de 2020

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>


DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Braga, 28 de Fevereiro de 2020.

Assinatura:



Tiago Ramos dos Santos
PG36794

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a **Deus** que me capacitou e me proporcionou esta rica oportunidade de cursar e desenvolver conhecimentos técnicos em uma Universidade no Exterior.

Agradeço a minha tia **Fabiane de Melo dos Santos** que me auxiliou pelos três países que passei para que o mestrado pudesse acontecer com as expectativas que eu almejava.

Agradeço ao meu tio, Sebastião Francisco dos Santos que é tio por questões biológicas, mas pai por questões de coração e atitudes, este mestrado só pode ser concluído pelo grande auxílio que me foi dado enquanto residia e estudava no Exterior, sem o apoio deste nada poderia ter tido continuidade.

Agradeço a minha irmã **Milena dos Santos** e a minha sobrinha **Ana Beatriz Aquino do Santos** por tudo que fizeram e fazem por mim.

Agradeço ao meu amigo **Oseias de Pinho**, que me recebeu na cidade de Dublin – Irlanda no meu primeiro dia de desafio em busca do mestrado na Europa, no passado foi meu aluno, na Irlanda meu supervisor e para a vida um irmão ofertado por Deus, te agradeço por tudo, pelas orações, pela torcida, pela amizade e principalmente por ter me apoiado e me confortado nos momentos difíceis que o estudante estrangeiro tem fora de seu país de origem.

Agradeço ao meu irmão **Maico Stein Ramos** que sem sombra de dúvidas é um anjo que Deus separou no céu para me presentear como colega, amigo e irmão. As vezes as palavras são limitadas de poderem expressar os seus significados e assim que eu me sinto neste momento, por que o eu te amo e te admiro se tornaram fúteis e fracos perto do que sinto por você meu irmão, mas deixo aqui apenas o meu muito obrigado por fazer parte da minha vida.

Agradeço ao amigo **Augusto Stein** que foi um presente de Deus no país da Irlanda, o qual em momentos de dificuldade sempre me apoiava e me incentivava a não desistir daquilo que havia ido buscar, agradeço pela auxílio, pelas discussões, mas principalmente pela amizade a qual será por toda a vida.

Agradeço de uma forma especial ao proprietário da Loja CostCutter Express, endereçado na rua 70 Aungier Street - Dublin – Irlanda, representada legalmente pelo Senhor **Edmund Kavanagh**, o qual me presenteou com a oportunidade de emprego em sua loja, onde pude vivenciar sem sombra de dúvidas uma das maiores experiências

profissionais da minha vida e que sem esta oportunidade não poderia dar continuidade aos meus estudos na Europa.

Agradeço a senhorita **Wendya Fabiana Milka** que sem me conhecer abriu a porta da sua casa e me recebeu com todo amor ágape que um filho de Deus por ter, se estou concluindo este mestrado foi exclusivamente porque esta mulher de Deus foi pronta a ouvir e entender o pedido do Senhor Jesus ao meu respeito, anos irão passar, a velhice vai chegar, e a mente pode até parar, mas o meu coração sempre será grato por tudo que fez por mim neste país (Portugal) e pelo zelo e cuidado que sempre teve com todos que em sua residência acolheu, à você eu deixo o meu eterno obrigado

Agradeço ao Senhor **Carlos Gomes**, e Senhora **Elizabete Campos** que não só me deram uma oportunidade de emprego em Portugal, mas que me deram conselhos, atenção, e principalmente uma amizade para o resto da minha vida. Minha gratidão será eterna.

Agradeço a todos os meus **Professores da Universidade do Minho** os quais se dedicaram para o cumprimento desta etapa da minha vida, compartilhando o seus conhecimentos técnicos e suas experiências profissionais, em especial, quero agradecer a **Professora Cristina Matos** que foi pronta a atender meu pedido para ser minha orientadora da dissertação, não medindo as minhas dificuldades e minhas limitações e aceitando a orientação via web para que assim pudesse regressar ao meu país (Brasil) e retornar as minhas atividades profissionais.

Agradeço a Instituição Financeira **Decyseo Corretora de Câmbio Ltda**, instalada na Cidade de São Paulo – SP por toda a compreensão, apoio, assistência e confiança ao meu trabalho, este mestrado só pode ser cursado pelo fato de continuar emprego no Brasil enquanto eu estava fora do país estudando e em busca do meu título de mestre, assim gostaria de deixar registrado aqui o meu muitíssimo obrigado, muito obrigado por me manter estes anos fora e por me receber ao meu regresso de forma imediata e assim permitir executar os meus trabalhos profissionais dentro da Instituição.

Agradeço a **Universidade Paulista**, a qual autorizou a minha licença para que pudesse encarar este desafio em busca do mestrado acadêmico, garantindo assim a minha vaga de emprego de professor assistente ao meu regresso ao Brasil.

RESUMO

Esta investigação apresenta-se como um aperfeiçoamento à temática em questão. Os investimentos privados no Terceiro Setor no Brasil. Envolvem-se nessa investigação os conceitos e responsabilidade de cada setor integrado, onde são mencionados com clareza e objetividade. Traz-se o histórico da chegada Terceiro Setor no Brasil e como se encontra hoje.

Tem como objetivo esta investigação demonstrar a possibilidade de expressão das empresas privadas naquilo que motiva cada uma delas a participar com seus investimentos privados no Terceiro Setor e para essa coleta de informações foi adotada a pesquisa qualitativa através dos questionários elaborados.

A participação dos principais gestores GIFE – Grupo de Instituição, Fundações e Empresas juntamente com o Observatório do Terceiro Setor no Brasil foram de extrema importância para o desenvolvimento desta investigação, pois com este trabalho pretendemos demonstrar ou sensibilizar os interessados a forma que estes gestores atuam no Terceiro Setor no Brasil.

Palavras Chaves: Terceiro Setor; Investimentos Privados e Brasil.

ABSTRACT

This investigation presents itself as an improvement to the theme in question. Private investments in the Third Sector in Brazil. This investigation involves the concepts and responsibility of each integrated sector, where they are mentioned clearly and objectively. It brings the history of the arrival of the Third Sector in Brazil and how it is today.

The objective of this investigation is to demonstrate the possibility of expression of private companies in what motivates each of them to participate with their private investments in the Third Sector and for this information collection was adopted qualitative research through the elaborated questionnaires.

The participation of the main managers GIFE - Group of Institution, Foundations and Companies together with the Third Sector Observatory in Brazil were extremely important for the development of this investigation, because with this work we intend to demonstrate or sensitize the interested parties the way these managers act in the Third Sector in Brazil.

Keywords: Third Sector; Private Investments and Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Representação dos Setores.....	06
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Representação Gráfica dos Investimentos Privados no Terceiro Setor Brasileiro – Censo GIFE 2008.....	15
Gráfico 2- Representação Gráfica dos Investimentos Públicos Federais – Fiscal Independente (IFI) – Siga Brasil.....	15

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Apresentação do Entrevistado – Decyseo Corretora de Câmbio Ltda.....	32
Quadro 2 – Apresentação do Entrevistado – Broker Corretora de Câmbio S/A.....	32
Quadro 3 – Apresentação do Entrevistado – Advanced Corretora de Câmbio S/A.....	32
Quadro 4 – Apresentação do Entrevistado – Treviso Corretora de Câmbio S/A.....	33
Quadro 5 – Apresentação do Entrevistado – ABRACAM – Associação Brasileira de Câmbio.....	33
Quadro 6 – Apresentação do Entrevistado – GIFE – Grupo de Institutos Fundações e Empresas.....	33
Quadro 7 – Apresentação do Entrevistado – Observatório do Terceiro Setor.....	33
Quadro 8 – Exploração da Entrevista – Decyseo Corretora de Câmbio Ltda.....	34
Quadro 9 – Exploração da Entrevista – Broker Corretora de Câmbio S/A.....	35
Quadro 10 – Exploração da Entrevista – Advanced Corretora de Câmbio S/A.....	35
Quadro 11 – Exploração da Entrevista – Treviso Corretora de Câmbio S/A.....	36
Quadro 12 – Exploração da Entrevista – ABRACAM – Associação Brasileira de Câmbio.....	36
Quadro 13 – Exploração da Entrevista –GIFE – Grupo de Instituições, Federações e Empresas.....	37
Quadro 14 – Exploração da Entrevista –Observatório do Terceiro Setor.....	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Vantagem e Desvantagem da Pesquisa Qualitativa.....	22
Tabela 2 – Compilação dos Dados Primários – Anexo A.....	36
Tabela 3 – Compilação dos Dados Primários – Anexo B.....	38

LISTA DE ABREVIATURAS

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

ONG's – Organizações Não Governamentais

ICMS – Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços

OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

B.P – Balanço Patrimonial

R.S – Responsabilidade Social

P.C.C.I – População Carente – Crianças / Idosos

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1. APRESENTAÇÃO, JUSTIFICAÇÃO E ORIENTAÇÃO DO ESTUDO.....	01
1.1 – Introdução.....	01
1.2 – Apresentação e Justificativa de Estudo.....	04
CAPÍTULO 2. REVISÃO DA LITERATURA.....	09
2.1 – Surgimento do Terceiro Setor.....	10
2.2 – Surgimento do Terceiro Setor no Brasil.....	12
2.3 – Principais agentes e Gestão Financiadora do Terceiro Setor no Brasil.....	16
2.4 – Análise das Pesquisas de Avanços de Estudo nessa Área.....	19
CAPÍTULO 3. ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	21
3.1 – Introdução.....	21
3.2 – Opções Metodológicas e Coleta de Dados.....	24
3.3 – Técnicas de Tratamentos dos Dados.....	26
CAPÍTULO 4. ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	28
4.1 – Introdução.....	28
4.2 – Análises de Conteúdo.....	29
4.3 – Apresentação e Caracterização dos Entrevistados.....	32
4.4 – Exploração das Entrevistas.....	34
CAPÍTULO 5 CONCLUSÕES GERAIS.....	40
5.1 - Conclusões da Investigação.....	40
ANEXOS.....	43
ANEXO A – Empresas Investidoras no Terceiro Setor Brasileiro – Modelo.....	44
ANEXO A – Empresas Investidoras no Terceiro Setor Brasileiro – Decyseo Corretora de Câmbio Ltda.....	46
ANEXO A – Empresas Investidoras no Terceiro Setor Brasileiro – Broker Corretora de Câmbio S/A.....	48
ANEXO A – Empresas Investidoras no Terceiro Setor Brasileiro – Advanced Corretora de Câmbio S/A.....	50
ANEXO A – Empresas Investidoras no Terceiro Setor Brasileiro – Treviso Corretora de Câmbio S/A.....	52
ANEXO A – Empresas Investidoras no Terceiro Setor Brasileiro – ABRACAM – Associação Brasileira de Câmbio.....	54
ANEXO B – Principais Agentes do Terceiro Setor no Brasil – Modelo.....	56
ANEXO B – Principais Agentes do Terceiro Setor no Brasil – GIFE – Grupo de Instituições, Fundações e Empresas.....	58
ANEXO B – Principais Agentes do Terceiro Setor no Brasil – Observatório do Terceiro Setor.....	60
CRONOGRAMA DA DISSERTAÇÃO.....	62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63

1. CAPÍTULO – APRESENTAÇÃO, JUSTIFICAÇÃO E ORIENTAÇÃO DO ESTUDO.

1.1 INTRODUÇÃO

A motivação que levou a escolha deste tema é decorrente a forte assiduidade do assunto não só em território brasileiro, mas em todo o mundo. O fato é que a proposta desta investigação é avaliar a importância da motivação das empresas privadas a investirem no Terceiro Setor e identificar o real papel do Terceiro Setor na esfera de uma organização sem fins lucrativos através dos investimentos sociais do Governo e da empresas privadas, segundo Hall Peter (1994). A problemática desta investigação é oriunda da motivação do investimento social, se é por económicas ou sociais.

O histórico das empresas sem fins lucrativos, será um grande desafio para o mundo moderno, fazer com que as empresas mantenham suas atividades, objetivos e serviços sem fins lucrativos com a transparência devida. Outro estímulo que levou a predileção deste tema, foram as curiosidades dos motivos da não importância do primeiro(Estado/Governo) e segundo setor (Empresas) para com os cidadãos mais desfavoráveis.

Assim, o surgimento do Terceiro Setor nasce como uma forma de salvação social para as classes pobres da sociedade. Passeti (1999), descreve sobre a preocupação com os seres mais insensíveis, puros e sem malícia, as crianças. Grande parte das empresas do Terceiro Setor, sejam elas ONG's , Fundações, Associações ou outras entidades sem fins lucrativos, tem como foco o auxílio para crianças carentes. Verdade é que não se pode generalizar a ausência do primeiro e segundo setor, porém suas ações não são o suficiente para o suprimento das necessidades da sociedade. O Terceiro Setor portanto, pode sim recorrer financeiramente aos outros setores para criar fundo de caixa com a intenção de concretizar as ações sociais conforme demanda da população carente.

O objetivo primário desta investigação é compreender as motivações dos investidores privados através de suas ações sociais financeiras, possibilitando as interpretações dos pontos de partidas, já os objetivos secundários são relativos a prática da Responsabilidade Social, Imagem Mercadológica perante seus *stakeholders* ou estreitamento de relacionamento com Estado/Governo. Compreender as opções de destino desses investimentos, forma de análise dos valores investidos, periodicidade de

investimento e a forma que o GIFE – Grupo de Institutos, Fundações, Empresas e o Observatório analisam essas informações também fazem parte deste estudo.

Esta investigação está separada em cinco capítulos cardiais para maior compreensão dos leitores que tiverem interesse ou estudantes com a mesma linha de pesquisa. Os assuntos estão de acordo com a lógica sequencial, que irá dar entendimento e base teórica para interpretação do assunto abordado.

O capítulo 1 está descreve com os relatos das explicitações das ideias centrais que despertaram as motivações gerais para o estudo desta investigação, além das justificações das razões desta linha de pesquisa acadêmica. Também estão expostos neste capítulo os objetivos e análises que levaram este tema a ser escolhido, como a estrutura da dissertação para melhor direcionamento de assuntos aos interessados.

A apresentação da literatura económica, está descrita no capítulo 2 é responsável por toda a estrutura desta investigação, ou seja, por todo enquadramentos dos autores teórico estudado sobre esta temática do Terceiro Setor Brasileiro, tornou-se indispensável citar neste capítulo a história do surgimento do Terceiro Setor no Mundo, em seguida, o foco da investigação é o estudo sobre o Terceiro Setor em território Brasileiro é demonstrado, assim, consta nesta o histórico do surgimento do Terceiro Setor no Brasil.

Já o capítulo 3 aborda o enquadramento metodológico. Julgamos que, toda investigação científica deve estar fundamentada em métodos para que sejam realizados os seus objetivos e sejam alcançados e reconhecidos os resultados. Assim, o progresso deste capítulo será utilizado técnicas, e orientações que possibilitem pesquisar, recolher, organizar, classificar, registrar e interpretar os dados e as informações. Nesta etapa faz-se indispensável a clareza adotada sobre o método adotado para a investigação. A pesquisa qualitativa é o método adotado para essa investigação, uma vez que, se permite a observação, descrição e compreensão das ações das empresas doadoras dos recursos.

Assim, o capítulo 4 tem como assunto a análise de dados e discussão de resultados, tem como objetivo relatar como as empresas se comportam com a possibilidade de expressar suas motivações que levam ao investimento social através dos questionários aplicados e analisar de forma macro as similaridades das respostas com ópticas organizacionais diferentes.

Por fim, o capítulo 5 acompanha a conclusão da investigação onde esta demonstrado o fechamento deste estudo. A conclusão foi escrita com base nos relatos dos capítulos mencionando, proporcionando ao autor deste trabalho novas ideias sobre esta temática.

1.2 APRESENTAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO

As definições dos setores foram conceituadas de formas similares por diversos autores mencionados nesta investigação.

O primeiro setor é de poder público, se enquadram neste as prefeituras, secretarias, governos estaduais, municipais e federais, juntamente com a presidência da república e seus respectivos ministérios. Fazem parte ainda do primeiro todas as autarquias e equipamentos públicos, ou seja, de uso comum da sociedade local. As principais responsabilidades do primeiro setor são garantir a saúde pública, segurança, educação, transporte, saneamento básico, moradia e cultura entre outros pontos de bem estar para a sociedade.

O segundo setor são todas as empresas que geram lucro financeiro, ou seja, valores monetários para seu sustento. Neste setor se enquadra qualquer tipo de empresa, seja ela de pequeno, médio ou grande porte. Para Marques (2014), todas as empresas devidamente registradas e fiscalizadas pelos órgãos competentes que geram receita são caracterizadas como do segundo setor.

Empresas com esta tendência filantrópica aguçada tendem a ser empresas com valores que de organizações com empreendedorismo social o que está correlacionado com o os valores históricos dos fundadores e éticas adotadas pelas empresas. O primeiro setor caracterizado como o Governo, não deixa de ser responsável pelas obrigações sociais para com a sociedade, mas deixa de ser o protagonista quando permite que a gestão de atendimento social seja compartilhada com o Terceiro Setor.

Já o terceiro setor é conceituado como o realizador de ações de responsabilidades do primeiro setor (poder público). Variam essas ações em segmentos educacionais, culturais, sociais, hospitalares, alimentícios entre outros, por sua vez, são representados por ONG's – Organizações não governamentais, logo são o oposto do conceito do segundo setor, uma vez que não geram lucro financeiro, e sobrevivem de doações e do voluntariado. O Terceiro Setor é uma realidade que se propaga por muitas nações, cada uma com suas dificuldades e particularidades, e com base nessas interpretações surgem autores que defendem suas ideias e seus ideais. Estamos a falar da Revisão da Literatura que, para o mesmo o escritor desta investigação tem como foco os conceitos de localizar, analisar,

sintetizar e interpretar as investigações relacionadas com a área do estudo em questão. O Terceiro Setor, Calegare (2009), destacou que os setores da economia poderiam ter maiores impactos sociais, mas que seria um mais um grande marco de extensão de ações sociais para a sociedade do que para as empresas investidoras.

Cabe-se ressaltar que o Empreendedorismo Social apesar de estar com o foco também na sociedade, possui características um tanto diferente com o Terceiro Setor. O empreendedorismo social busca popularizar e concentrar as atenções através dos meios de comunicação para as empresas privadas criando uma marca com valores sociais, já o terceiro setor, é um setor financiado por essas empresas que buscam não só a satisfação social, mas a dos interesses fiscais e reconhecimento mercadológico.

No caso do Brasil, as regiões de menos impacto fiscal – ICMS são as regiões de São Paulo e Minas Gerais, que por sua vez, é aonde as empresas investidoras sociais tem maior nível de concentração.

Com isso, tem-se as empresas privadas a tendência de escolherem regiões do Brasil com menor alíquota de ICMS para poderem se instalar, e aproveitar estes benefícios geográficos e fiscais que a unidade federativa oferece, conforme relata Hall Peter (1994).

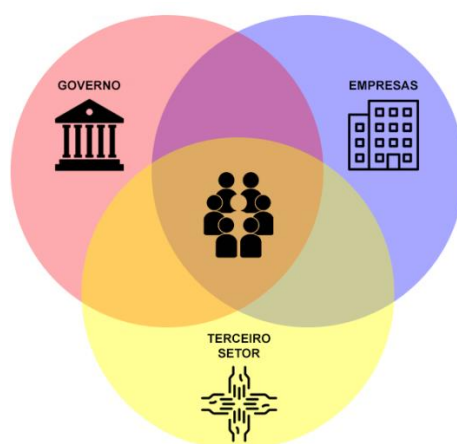
As outras regiões do Brasil já possuem alíquotas do ICMS elevadas o que dificulta negociação com o Governo referentes a isenção ou diminuição para as empresas privadas, assim, para as empresas que tem filiais nas regiões de São Paulo e Minas Gerais, esses investimentos sociais são realizados por elas e não pelas respectivas matrizes.

É de se chamar a atenção de como o assunto ainda está em processo de desenvolvimento no mundo, já pode ser interpretado com várias ópticas, para algumas empresas privadas serve como uma questão de ação mercadológica, uma vez que sua empresa aparecerá nos meios de comunicação como uma organização caridosa, já para outras empresas privadas, o histórico e a cultura da empresa são pontos determinantes para que seja feito este investimento social, não atribuindo tanto interesse nas mídias, mas sim, em sua satisfação empresarial de contribuir para com a sociedade carente determinado valor, segundo Salgado (2011)

Primeiro, Segundo e Terceiro Setor estão ligados por interesses comuns, O Governo é representado pelo 1º setor, e tem maiores responsabilidades e deveres de conduzir os outros setores, que por sua vez, fiscaliza e normatiza os mesmos. O 2º e 3º setores são parceiros e beneficiários de isenção de impostos e no caso do 3ª setor também beneficiado com certos valores investidos pela parte do Estado e empresas com características de ações sociais tendem estar em busca do mesmo foco, o bem estar social e económico da sociedade.

Para Montano (2002), países mais desfavorecidos as dificuldades ainda são maiores, a falta de recursos para investimento no Terceiro Setor é extensa, se não for uma ação de parceria do Estado e empresas privadas, não é possível as realizações das ações do Terceiro Setor, e a maneira que mais se destaque neste cenário é a isenção ou minimização dos impostos as empresas privadas quando realizam o ato do investimento social. Feito isto, fica demonstrado essa ideia na figura 1, onde se demonstra a junções de todos setores e assim, a ligação de um para com o outros.

Figura 1. Representação dos Setores



Fonte: Elaboração Própria

As partes em que as circunferências se entrelaçam, faz-se a interpretação do envolvimento dos 3 setores, cada um com suas atividades e responsabilidades e auxílio de um para com o outro.

Assim como os países subdesenvolvidos, o Brasil passa por uma reforma geral nas questões social, moral e capitalista. O país carrega em sua imagem uma grande imagem corrupta no que se trata gestão governamental do país juntamente com o histórico dos últimos governantes.

A dificuldade financeira da nação brasileira não é uma novidade econômica, isso se acarreta de anos e de tomadas de decisões incoerentes de gestões passadas do Brasil, a verdade é que apesar da inflação ser a menor dos últimos 30 anos, estando em 4,25% em fevereiro de 2020, o índice desemprego está em 12.5% segundo dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Pode-se pressupor que diante deste contexto o Estado Brasileiro não consegue cumprir suas responsabilidades como Governo em seu território na economia social. Operações da Polícia Federal, como por exemplo a operação “Lava-Jato” deram ao país um risco de imagem para negociações com o exterior e consequências péssimas para microeconomia.

Contudo, o país ainda tenta da forma que lhe é possível, auxiliar os governos locais a manterem suas atividades no cargo do primeiro setor, os investimentos do primeiro setor tiveram uma estimativa de R\$ 27 bilhões de reais para o exercício de 2019, o menor dos últimos 14 anos, segundo Martello (2019). O desemprego, pobreza, exclusão social são problemas estruturais do país, porém afeta a sociedade de forma conjunta, fazendo com que a falta da ação do governo para combater o estado básico de segurança, educação, moradia, transporte, cultura entre outros aspectos básicos afetem a sociedade como um todo.

O Terceiro Setor é definido por Falconer (1999):

O Terceiro Setor denota um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam à produção de bens de serviço de mútua ajuda. Este é o sentido positivo da expressão. ‘Bens e serviços públicos’, neste caso, implicam uma dupla qualificação: não geram lucros e respondem às necessidades coletivas.

Com a iniciativa do segundo setor ao Terceiro Setor começasse a surgir possibilidades de minimizar a falta de suprimento de necessidades básicas da sociedade e assim oferecer um estado social e econômico mais viável. Assim a motivação e ponto de partida para esta investigação vem do interesse das empresas privadas em investir seus

recursos financeiros nas instituições filantrópicas sem fins lucrativos oferecendo em conjunto um bem-estar para a sociedade.

2 CAPÍTULO – REVISÃO DA LITERATURA

Iniciaremos este capítulo mencionando os principais investigadores que pesquisaram sobre o tema deste trabalho, a seguir o surgimento do Terceiro Setor e a forma que este se instala em território Brasileiro e por fim os principais agentes responsáveis por demonstrar as devidas alocações dos recursos financeiros capitalizados para as ações sociais.

A revisão da literatura trata-se de localizar, analisar, sintetizar e interpretar a investigação em assunto, o que traz uma amplitude de opiniões referente ao mesmo assunto.

De acordo com Quivy & Campenhoudt (1992), uma investigação tem como objetivo ampliar as formas de análises, ou seja, conhecer o pensamento dos autores, com o intuito de inspirar os próprios investigadores, com as suas pesquisas e reflexões. A forma da leitura e entusiasmo no tema envolvido com motivação são pontos determinantes para o sucesso da investigação.

Já segundo Bento (2012), a revisão da literatura é responsável pelo preenchimento de lacunas discutidas e se torna indispensável para definir e objetivar o problema, tal como obter as soluções para os mesmos, sejam elas provisórias ou permanentes.

Como todo e qualquer tema polêmico, o Terceiro Setor tem sido investigado por diversos âmbitos, o assunto tem se disseminado por âmbitos administrativos, fomentos sociais, conceitos sobre empresas sem fins lucrativos, redes de relacionamento, troca de interesses, avanços e retrocessos do setor e com base em todos esses assuntos a parceria dos três setores em busca de melhoria social, porém cada um com suas limitações e alçadas.

Para Viloin (2015) o primeiro setor representado pelo governo de facto é o principal responsável pelo bem estar em geral da necessidade, no caso do Brasil por se tratar de um país com uma vasta extensão territorial, torna-se um desafio maior de suprir tais necessidades, e investigações com este teor que foram realizadas pelos autores que pesquisaram esta temática.

2.1 SURGIMENTO DO TERCEIRO SETOR

Segundo Hall (1994), a história da filantropia nos Estados Unidos foi reconhecida na década de 50 e o marco importante para este momento foi a criação do termo “*nonprofit*”, sem fins lucrativos. Neste período a maior evidência que se percebia era os voluntariados, ações caridosas, financiamentos para as entidades em caráter de doações e tudo sem fins lucrativos.

Já para Bennett (2003), o financiamento público para o Terceiro Setor deve ser realizado através de projetos comprobatórios de necessidade social, mas realizados estes por empresas do Terceiro Setor as quais dedicam suas energias cem por cento no segmento filantrópico, o que nos Estados Unidos já estava acontecendo.

Um ponto marcante para este período era a situação atual no Mundo, havia acabado de finalizar a Segunda Guerra Mundial e não só a Alemanha país perdedor estava em ruínas cívicas e políticas, mas o Mundo estava em choque psicológico com que massacre que acabará de acontecer, assim, foi-se afluindo o voluntariado e a necessidade de ajudar o próximo nesta época, A Segunda Guerra Mundial foi uma variável importante para o Terceiro Setor ganhar massa, um dos principais centros de concentrações ficava instalado na Polônia na cidade de Auschwitz onde os judeus e outras pessoas de nacionalidades diferentes eram mortos de formas cruéis e inimagináveis e mesmo dentro deste cenário sanguento a solidariedade das pessoas que viviam nas acomodações criadas pelos nazistas, eram evidentes que os seres humanos já se comportavam como voluntários da sociedade quando percebiam que estavam a pensar não somente no bem estar individual, mas também no bem estar coletivo. O argumento neste contexto era compreender que a solidariedade ao próximo nesta época já era um nascimento do que seria o Terceiro Setor nos dias de hoje.

Somente na década de 70 as instituições sem fins lucrativos ganham corpo e são reconhecidas como um setor coerente da política, economia e vida social da América, assim é chegado o Terceiro Setor no mundo.

O desempenho da sociedade era fundamental para o sucesso do Terceiro Setor, uma vez que a sociedade assumia para si responsabilidades e funções do Primeiro Setor (Governo/Estado), já o Segundo Setor (Empresas Privadas) aproveitava-se dessas ondas

para poder fazer suas respectivas ações sociais e aparecimento de suas marcas nos meios de comunicação, juntamente com o interesse de redução de impostos ao Governo, já que de uma certa forma este setor também estaria assumindo um custo direto que não era-lhe obrigado.

Segundo Etezioni (2010) a dimensão política e econômica social trata-se de um paradigma de luta entre essas variáveis. O crescimento do Terceiro Setor é decorrente das grandes desigualdades provocadas pelo sistema vigente e políticas neoliberais, as pressões, demandas e necessidades. Este rumor social é oriundo de súplicas de sobrevivência mínima para a sociedade, onde a população desfavorecida é a que mais sofre.

2.2 SURGIMENTO DO TERCEIRO SETOR NO BRASIL

A história do Terceiro Setor no Brasil ocorreu no século XVI em 1543 com a inauguração da Santa Casa de Misericórdia em terras brasileiras na cidade de Santos. Esta tinha por objetivo prestar apoio assistencial e hospitalar para a comunidade local através da caridade e filantropia financiada pela Igreja Católica. A Igreja Católica era a responsável pelo bom andamento de todos os serviços prestados pela Santa Casa, mas nunca perdendo a essência dos valores cristãos e religiosos. Relata Camargo, (2001) que o Terceiro Setor no Brasil foi decorrente a necessidade de pessoas que pudesse colaborar com os utentes da Santa Casa de Misericórdia, e que até os dias de hoje (2020) ainda o Brasil tem esta características nas Santas Casas espalhadas em território brasileiro, todos hospitais obtém uma assistência social para assim atender as famílias carentes.

Com a chegada do século XX o Brasil foi recebendo novas religiões em seu longo território, o que fez com que a Igreja Católica tivesse dividir suas ações sociais, logo, inicia-se a necessidade de uma modernização nesta prestação de serviço social, uma vez que, novas necessidades começam a surgir. Somente na década de 30 na gestão do presidente Getúlio Vargas em 1938 caracterizado como o primeiro setor (Governo) tem início de liberação de recursos financeiros para o terceiro setor e deste ponto departida na década de 50 os Estados Unidos cria o conceito “*no profit*”, e este ponto de partida nos dizia (Brasil) que estávamos no caminho certo.

Segundo Szazi (2006), na década de noventa, o Terceiro Setor surge como o portador de uma nova e grande promessa: a renovação do espaço público, o resgate da solidariedade e da cidadania, a humanização do capitalismo e, na medida do possível, a superação da pobreza. Uma promessa realizada através de atos simples e fórmulas antigas, como o voluntariado e filantropia, revestidas de uma roupagem mais empresarial. Promete-se, implicitamente, um mundo onde são deixados para trás os antagonismos e conflitos entre classes e, se quisermos acreditar, promete-nos muito mais. As empresas sem fins lucrativos tem se destacado cada vez mais no Brasil. Não são órgãos públicos e muito menos empresas privadas que tem dado subsidio para a sociedade, mas sim, o Terceiro Setor que tem capitalizado recursos para poder oferecer aquilo que o Governo não supri, Fernandes (2004).

Apontou Landim (1993) “A pertinência dessa questão é decorrente a forma que o Brasil importou e digeriu o tema; O Terceiro Setor. O país recebe este desafio na década de 90. Este tema foi abordado em uma pesquisa internacional realizada em 28 países. “Este projeto conta com um *pool* de financiadores de 48 instituições das quais, nota-se que nenhuma é de origem brasileira” (Falconer, 1999) De facto é de se chamar atenção que o maior país da América do Sul não tivesse nenhuma instituição registrada como Terceiro Setor.

No caso do Brasil, a lei 9.790/99, conhecida como a lei que retrata o Terceiro Setor que qualifica as entidades sem fins lucrativos perante o Poder Público como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público e que possibilita as parcerias entre Estado e Empresas. O resultado esperado desta investigação é oferecer mais um trabalho para fonte de pesquisas para investigadores deste tema no Brasil ou para quem interessar. E entender um pouco mais as parcerias de um Estado, uma empresa e principalmente de uma sociedade nas ações solidárias. Espera-se compreender o real papel das antigas instituições filantrópicas que tinham como base aqueles poucos voluntários com as ações sociais com o atual Terceiro Setor e rico poder de financiamento pelo primeiro e segundo setor. Enfatizou Tachizawa (2007), que o Terceiro Setor, ao ser conduzido por ONG’s e outras entidades filantrópicas, tinham algumas metas complexas a serem administradas, por sua vez, quando se tinha o recurso financeiros para os investimentos sociais, não se tinham pessoas voluntárias para assim executa-los, o que retardava o atendimento a sociedade.

A dimensão das principais organizações investidoras do terceiro no Brasil segundo o GIFE são instaladas em território brasileiro da seguinte maneira:

- São Paulo – 100 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Rio Grande do Sul – 07 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Rio de Janeiro – 24 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Paraná – 04 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Pernambuco - 02 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Mato Grosso – 01 Empresa que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Minas Gerais – 10 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Distrito Federal – 06 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Ceará – 03 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;

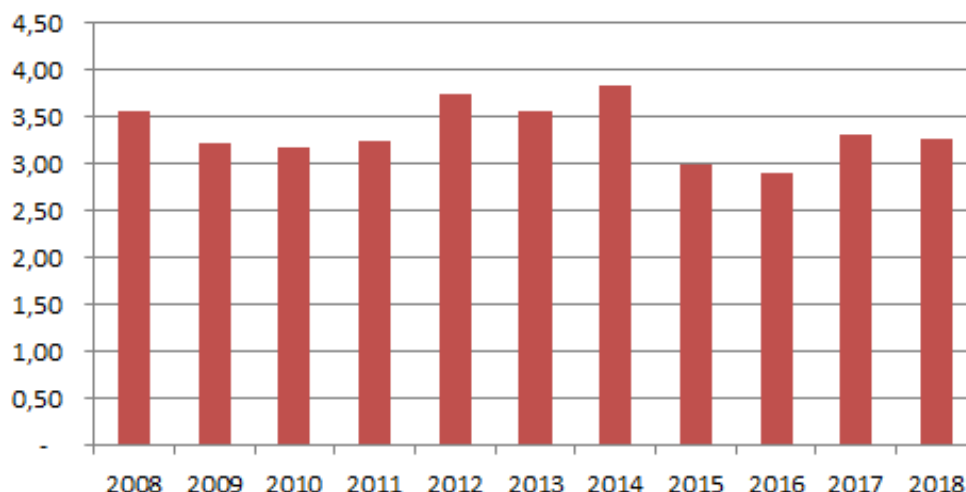
- Bahia – 02 Empresas que investem no Terceiro Setor Brasileiro;
- Amazonas 01 - Empresa que investem no Terceiro Setor Brasileiro;

As atividades que recebem os recursos sociais, são inúmeras, o GIFE, que é um dos maiores gestores de recursos privados no Brasil, criou as principais áreas de atuação que são mantidas com esses investimentos sociais, são elas as principais:

- Alfabetização na Idade Certa;
- Alimentação;
- Arte e Cultura;
- Desenvolvimento Sustentável;
- Educação Acadêmica;
- Educação Financeira;
- Empreendedorismo;
- Impacto Social;
- Proteção à Infância;
- Saúde;
- Terceira Idade;
- Voluntariado.

O financiamento do Terceiro Setor pelo segundo setor no Brasil nos últimos 10 anos tiveram dois picos de grande acessão, um no ano de 2002 com R\$ 3.73 milhões, e outro em 2004 com R\$ 3.82 milhões, o cenário econômico nestes períodos eram de atrativos para as empresas brasileiras, e assim, os investimentos sociais também se beneficiavam com estes períodos de caixas privados superavitários, assim, como demonstra o gráfico1 do período de 2008 s 2018

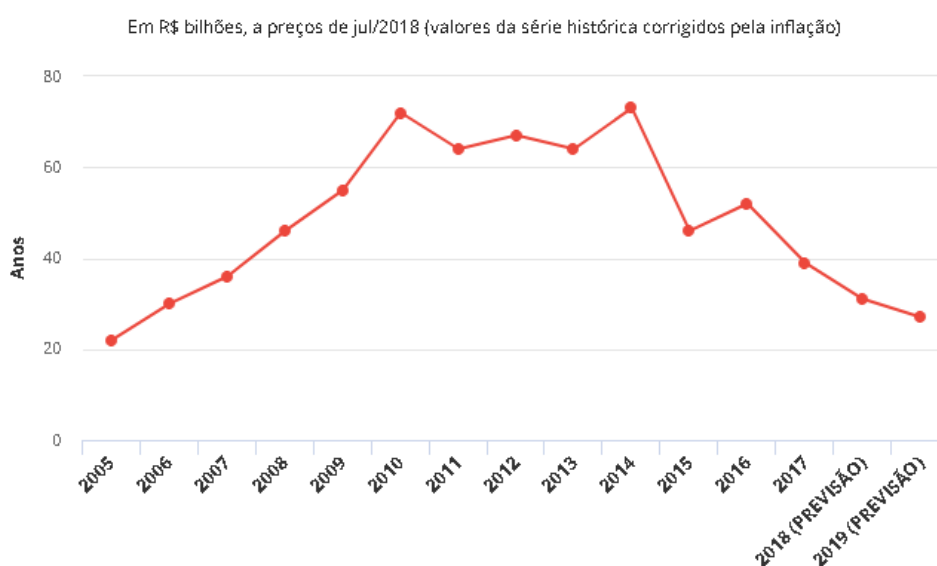
Gráfico 1 - Representação Gráfica dos Investimentos Privados no Terceiro Setor Brasileiro – Censo GIFE 2008



Fonte: Elaboração Própria – Censo GIFE 2008

Já para o Governo Federal investimento público federal no período de 2005 a 2019 tiveram seus picos nos anos de 2010 com R\$ 72 milhões e 2014 com 74 milhões, os investimentos do Governo Federal vem sendo afetado pelo regra do teto dos gastos públicos, o qual as despesas não pode ser maior que a inflação dos doze meses, conforme demonstra o gráfico 2. Os investimentos públicos realizados para a sociedade deixam a desejar no Brasil como um todo, uma vez que o espaço territorial é extremamente grandioso comparado com outras nações do mesmo hemisfério, gerando assim ainda problemas maiores de infraestrutura para a sociedade.

Gráfico 2 - Representação Gráfica dos Investimentos Públicos Federais - Fiscal Independente (IFI) – Siga Brasil



Fonte: Instituição Fiscal Independente (IFI) – Siga Brasil

2.3 PRINCIPAIS AGENTES E GESTÃO FINANCIADORA DO TERCEIRO SETOR NO BRASIL.

O investimento social privado é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais, culturais e científicas de interesse público. Incluem-se no universo do investimento social privado as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial nacionais e internacionais ou instituídos por famílias, comunidades ou indivíduos.

Segundo Salamon (1992) os principais obstáculos das empresas nacionais e internacionais são decorrentes as incertezas dos destinos dos recursos ofertados, se de facto o beneficiário final será a sociedade desfavorável financeiramente. Os elementos fundamentais – intrínsecos ao conceito de investimento social privado – que diferenciam essa prática das ações assistencialistas são:

- Preocupação com planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos;
- Estratégia voltada para resultados sustentáveis de impacto e transformação social;
- Envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação.

Anualmente, o GIFE publica seus Relatórios de Atividades, que traz um relato de todas as atividades desenvolvidas pelo GIFE durante o período retratado. Onde demonstra inclusive uma média de 160 associados regularmente cadastrados em seu site oficial

Além do Relatório de Atividades, o GIFE disponibiliza para todos interessados suas Demonstrações Financeiras, que incluem o Balanço Patrimonial da organização e o parecer dos auditores independentes. Em 2008 o GIFE foi certificado como OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público). A partir de então, o certificado atualizado passou a ser demonstrado no site oficial do GIFE.

É possível acessar também o Código de Ética, que foi o primeiro documento desenvolvido e aprovado coletivamente pelas organizações instituidoras do GIFE. O texto traduz a preocupação da associação e de seus sócios com os princípios norteadores de conduta e com a qualidade dos projetos executados pela rede.

Desde 2008 o Terceiro Setor vem ganhando corpo não só em território nacional mas conquistando a confiabilidade do exterior e fazendo parcerias internacionais como por

exemplo a *Greepeace* que trata-se de uma ONG direcionada para o meio ambiente, onde se encontra instalada em mais de 30 países e no Brasil se faz presente desde 1992 quando foi decretado a existência do Terceiro Setor.

O Observatório do Terceiro Setor é um outro agente que trata desta temática, é uma agência brasileira de conteúdo multimídia com foco nas temáticas sociais e nos direitos humanos, no que o mundo precisa com urgência. Reúne plataformas de TV, de rádio e digitais para divulgar as boas práticas das organizações da sociedade civil. É o principal veículo de comunicação dedicado a dar visibilidade aos trabalhos com impacto social.

A sociedade civil hoje agrega mais de 820 mil entidades no Brasil e o objetivo do Observatório é disseminar conhecimentos, estimular o debate e aproximar as organizações para trocarem experiências, partilharem dificuldades e conquistas, e evoluírem em suas metas.

Tem como missão editorial dar voz aos assuntos do universo social – seja nas áreas da educação, saúde, direitos humanos, cultura, meio ambiente, entre outras – que estão fora da pauta da imprensa tradicional. Mostrar os problemas, desafios, lacunas e soluções que podem ser replicadas e ganhar escala, para elaboração desta investigação também é considerado como uma ferramenta de pesquisa.

Oliveira (2018) enfatizou que os desafios e retrocessos do Terceiro Setor no Brasil se oriunda de forma positiva ou negativa de acordo com as ações do Estado. As organizações sociais dependem muito do que o Estado lhe permite executar, apesar do mesmo não exercer suas obrigações como se cumpre o dever do Estado, ele pode não dificultar, mas talvez burocratizar os métodos de avaliação de benefícios para as organizações sociais.

A gestão do GIFE para a segmentação de perfis de seus associados, foi de extrema importância para o sucesso, a forma que foi constituída a separação dos tipos de empresas ficou de fácil visualização e entendimento para os investigadores, o grupo criou estes perfis com as seguintes nomenclaturas:

- Educação;
- Empresa;
- Fundação Instituto Comunitário;
- Fundação Instituto Empresarial;
- Fundação Instituto Familiar;

- Fundação Instituto Independente e
- Parceiro Academia

Assim, para efeito desta investigação, foram realizadas 5 entrevistas de empresas que atuam com investimentos privados no terceiro setor, a escolha dessas empresas são decorrentes ao interesses delas em participar e contribuir com este trabalho, assim, são elas:

- Decyseo Corretora de Câmbio Ltda;
- Treviso Corretora de Câmbio S/A;
- Associação Brasileira das Corretoras de Câmbio;
- Broker Corretora de Câmbio S/A;
- Advanced Corretora de Câmbio S/A.

Alguns autores, investigaram as questões financeiras Terceiro Setor, expondo suas ideias e ideais sobre as motivações das empresas privadas neste investimento social, assim, juntamente com o GIFE e as teorias lançadas o financiamento ao Terceiro Setor começou-se a enriquecer como obras de pesquisas e estudo para investigadores com a mesma área de interesse.

2.4 ANÁLISE DE AVANÇOS DE PESQUISAS DE ESTUDO NESSA ÁREA

O Terceiro Setor no Brasil vem crescendo de forma acelerada no Brasil e sua relevância para a população brasileira tem sido de grande impacto, não se trata de sanar os problemas da sociedade, mas sim de minimiza-las os mesmos fazendo com que o estilo de vida para cada cidadão brasileiro seja mais próximo de uma vida de bem estar social.

As empresas denominadas sem fins lucrativos que por sua vez necessitam de investimentos para manter suas atividades sejam eles oriundos do primeiro setor ou do segundo setor, não precisam apenas dos recursos financeiros para executarem as estratégias cabíveis ao terceiro setor, além desses recursos existem as necessidades de terem suas equipes, voluntários e entidades que os apoiem para que possam de fato executar as ações sociais conforme os objetivos do Terceiro Setor.

Segundo Pagotto (2019) existe para o Brasil no ano de 2019 um Terceiro Setor com novos desafios, o País está em desenvolvimento tecnológico, porém aberto para novas experiências. Esses desafios são pontuados nas seguintes variáveis:

- Contabilidade especializada no Terceiro Setor;
- Transformação Digital para o Terceiro Setor;
- Comunicação Digital Integrada;
- Era da Experiência e
- Novas Fronteiras.

Um dos desafios das entidades de Terceiro Setor no Brasil é encontrar profissionais da área contábil que percebam das regras e necessidades fiscais do Terceiro Setor. As empresas privadas que investem neste segmento tem o interesse não só social, mas também mercadológico, e seja qual interesse for à verdade é que suas obrigações fiscais devem ser cumpridas conforme rege a política fiscal brasileira, onde rege de forma indispensável seus pagamentos de impostos e transparência financeiras em seus respectivos controles contábeis.

Para a variável de Transformação Digital para o Terceiro Setor, trata-se de uma adaptação mundial na tecnologia através do avanço da Globalização. As empresas enquadradas no Terceiro Setor tem o desafio para este momento de adaptar as estratégias

de como recolher os investimentos sociais doados por terceiros de forma rápida e segura, assim, a necessidade de investimento tecnológico nas plataformas digitais são indispensáveis, uma vez que, estes procedimentos serão de velocidades plausíveis para o recebimentos dessas doações, sejam elas via aplicação em telemóveis como via web sites.

Ressaltou Lemes (2010) a administração financeira das empresas sem fins lucrativas, ou seja, as que são caracterizadas no Terceiro Setor, terão que em um futuro próximo realizar estudos de como receber suas doações em plataformas digitais, de forma segura, clara e com foco em manter a transparência de quem é o doador, valor e beneficiário final.

Em contra partida para a variável Comunicação Digital Integrada, o desafio para este momento é ser mais assertivo em gastar energias de suas ações para o público certo, por se tratar de empresas sem fins lucrativos, o investimento em comunicação digital para um público errado é um grande prejuízo financeiro, pois este recurso poderia ter sido alocado em uma ação com mais necessidade, as análises de estratégias para alcançar os públicos certos devem ser verificadas com máxima atenção. Uma das estratégias mais utilizadas e que são retornos mais assertivos, são os meios de comunicação de redes sociais, as empresas do Terceiro Setor entendem que seguem elas nas redes sociais somente os indivíduos (sejam eles pessoas físicas ou pessoas jurídicas) que de fato tem interesse no segmento.

Revelou Weisbrod (2015) que o conceito de redes sociais poderá se tornar indispensáveis para os negócios, sejam eles privados ou públicos, e para o Terceiro Setor, não é diferente, esta poderá se tornar uma das mais forte como meio de apresentação, convencimento de investimento social e pôr fim a conclusão financeira dos donativos financeiros de forma segura e on-line.

Por fim, trata-se de uma tática de quem mais este segmento poderia criar parcerias para o desenvolvimento social e no quesito de inovação. Para Salgado (2011) Necessidades do Terceiro Setor são ilimitadas, já que os Estados deveriam executar estas tarefas, mas seus recursos são limitados, não só em recursos financeiros, mas em recursos de capital humano para estenderem suas ações.

CAPÍTULO 3 – ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

3.1 INTRODUÇÃO

Toda investigação científica deve estar fundamentada em métodos para que sejam realizados seus objetivos e os resultados sejam alcançados e reconhecidos. Assim, o progresso neste capítulo será tratado a metodologia utilizada para a método utilizado, técnicas, e orientações que possibilitem pesquisar, recolher, organizar, classificar, registrar e interpretar os dados e as informações.

De acordo com Quivy & Campenhound (1992);

“Uma investigação social não é, pois, uma sucessão de métodos e técnicas estereotipadas que bastaria aplicar tal e qual se apresentam, numa ordem imutável. A escolha a elaboração e organização dos processos de trabalho variam com a cada investigação científica “.

Nesta etapa faz-se indispensável a clareza adotada sobre o método adotado para a investigação. A pesquisa qualitativa é o método adotado para essa investigação, uma vez que, se permite a compreensão de diferentes fenômenos sociais e possibilita a exposição das empresas privadas exporem a sua real motivação para a tomada de decisão no investimento social. O fato do tamanho da população participante do GIFE faz com que o método qualitativo seja o mais cabível para este trabalho, possibilitando a aplicação de um questionário para uma amostra da população em média de 160 associados.

A técnica que será utilizada como fonte de recolha e tratamento dos dados se dará através de entrevistas para uma amostra das 5 maiores empresas de interesses especificado no capítulo anterior.

Apesar de o método qualitativo proporcionar variáveis múltiplas, com, por exemplo, entrevista, provas, gravações de áudio ou vídeo, registros, revisão de arquivos entre outros, o método recolha de dados desta investigação foca em somente nas entrevistas direcionadas as empresas selecionadas um questionário claro, objetivo e que responda de fato o que a investigação pergunta.

A entrevista é um meio de recolha de dados mais utilizada na ciências humanas, mas não é uma das mais compreensíveis de serem analisadas, pois exige do entrevistador a sensibilidade e conhecimento mínimo do assunto. O método de entrevista permite uma ligação direta com o entrevistado, e com isso, traz-se para a investigação uma riqueza que a escrita edição da resposta não pode ser mensurada, apenas percebida e interpretada, pois segundo a ciência, ler é diferente de sentir.

Fato que para elaboração dessa entrevista o investigador teve em mente o que ele quer saber e se preparar para respostas que inclusive poderão não ser do seu agrado. Fator de simpatia, boa fala, educação faz parte do processo de sucesso nesta fase, uma vez que os entrevistados, assim como, o investigador pode não estar num bom momento para a realização de um trabalho destes.

A análise do conteúdo é uma etapa de muita cautela e considerável. Interpretar o que se pretende é uma tendência, logo, uma segunda leitura acompanhado de uma óptica técnica faz-se bem a este processo. O manifesto da comunicação na entrevista deve ser levado em conta, porém a emoção não pode ser maior que os fatos a serem respondidos. Algumas circunstâncias são primordiais para uma boa análise de entrevista, são elas:

- Preparação da Informação;
- Transformação dos dados em Informações;
- Descrição do entendimento e
- Interpretação da Entrevista.

Apenas com este trabalho realizado é possível se obter conclusões futuras e se a resposta que da sua pergunta (problematização) foi respondida de forma satisfatória. Com base nestas fechos o método qualitativo é o mais sensato para esta investigação, mesmo resultando vantagens e desvantagens conforme tabela 5 abaixo.

Tabela 1: Vantagens e Desvantagens da Pesquisa Qualitativa

Vantagem	Desvantagem
-Registro do Comportamento não verbal -Registro da Coleta de dados (Entrevista) -Organiza a documentação; - Mensuração Emoção; - Resposta Imediata; - Desenvolve Compreensão.	- Amostragem Pequena; - Consumo de tempo elevado; - Capacidade de Análise; - Veracidade nas Respostas; - Dependência de Humor das partes

Fonte: Elaboração Própria

O método para a coleta das informações foi dividida em dois modelos de entrevistas, assim, cada modelo tem o objetivo de absorver as expectativas dos participantes do Terceiro Setor.

O Anexo A, foi elaborado com o propósito de questionar aos agentes de gestão dos recursos capitalizados, com questões voltadas para as principais vias de capitalização, interesses diagnosticados e épocas de maiores investimentos das empresas privadas no Terceiro Setor.

Já o anexo B, tem como objetivo, proporcionar aos doadores dos recursos financeiros expressarem as motivações deste investimento social, podendo escolher o destino destes recursos, periodicidade, estratégias de reserva da doação e sua motivação real.

Para execução desta metodologia será aplicado um questionário para as cinco empresas que atuam no terceiro setor no Brasil.

- Decyseo Corretora de Câmbio Ltda;
- Treviso Corretora de Câmbio S/A;
- Associação Brasileira das Corretoras de Câmbio;
- Broker Corretora de Câmbio S/A;
- Advanced Corretora de Câmbio S/A.

Nesta investigação, foi aplicado dois tipos de questionários, (Anexo A), outro para os dois principais agentes' responsáveis por gerir as informações do Terceiro Setor no Brasil (Anexo B), são eles:

- GIFE – Grupo de Institutos Fundação e Empresas;
- Observatório do Terceiro Setor no Brasil.

O objetivo destes questionários (A e B) são as coletas de dados de ambos, para assim, entender de forma clara as reais motivações dos principais *stakeholders* definidos para esta investigação.

3.2 OPÇÕES METODOLÓGICAS E COLETA DE DADOS

Em uma investigação é de suma importância a identificação do método a ser aplicado para a coleta de dados. A forma a ser adotada é a estratégia futura do entendimento dos dados ocorridos dentro da investigação. As opções mais usuais e conhecidas no meio acadêmico são os métodos quantitativos e qualitativos. Cada um em busca das suas teorias e melhores formas de expressar os resultados almejados.

Para que o leitor tenha a oportunidade de entendimento de forma mais clara, iremos de uma forma clara e objetiva expressar as principais características dos métodos mais usuais, qualitativo e quantitativo. O método quantitativo proporciona a investigação o levantamento de dados uma margem maior de acertos, ou seja, proporciona um nível maior de segurança, o estudo entre variáveis proporciona uma alta generalidade, ou seja, com uma amostra de dados consegue-se trabalhar mais as informações almejadas. Já o método qualitativo, permite o estudo do alto nível de complexibilidade dos fenômenos em investigação, assim, levando um entendimento das particularidades dos comportamentos de forma individual, seja o comportamento de uma empresa ou de um ser-humano.

Esta investigação por se tratar de um estudo qualitativo, será utilizado questões com múltiplas escolhas para que se possa compreender quais são as motivações fazerem as empresas sociais a destinarem recursos para o Terceiro Setor, a preparação das questões e a amostra das empresas participantes são de extrema importância para este método. A ideia é compreender de fato de forma individual a motivação do investimento privado no Terceiro Setor Brasileiro.

Neste contexto, de acordo com o ponto de partida, o nosso objetivo é compreender o a motivação das empresas em disponibilizarem seus recursos para o Terceiro Setor. Para o Brasil é um desafio constante a compreensão sobre empresas que tem o interesse desse nicho de segmento e tal dificuldade de compreensão se decorre em saber se esses investidores estão em busca de uma ação social ou uma ação mercadológica para fortalecimento da marca, o que para este cenário, não existe certo ou errado, mas sim o que cada empresa tem como objetivo e foco em seus princípios.

Este tipo de pesquisa revela-se interessante quando existe pouca informação acerca da temática em análise, e quando se procura conhecer mais a fundo o assunto, por forma a

torná-lo mais claro. Este procedimento contribui para o esclarecimento de questões, citadas de um modo superficial, acerca do assunto (Raupp & Beuren, 2003). Onde além de tudo se considera importante este tipo de método, cujas objetivos são: facilitar o entendimento do assunto que se pretende estudar; auxiliar a delimitação do tema; esclarecer a fixação de objetivos e a formulação das hipóteses; ou então encontrar um novo tipo de abordagem acerca da matéria. O método adotado nesta investigação tem como objetivo descrever as características de determinada empresa ou fenômeno, uma experiência, uma situação ou processo nos mínimos detalhes.

Cada formulário de questionário/entrevista (anexo A e anexo B) tem objetivos similares com aplicabilidades diferentes, onde os entrevistados tiveram a oportunidade de expressar o que de fato suas ações querem dizer. As questões tiveram os seguintes focos, são eles:

Anexo A - Empresas Investidoras no Terceiro Setor

- Motivação;
- Interesse;
- Principal Destino;
- Valores financeiros;
- Periodicidade;

Anexo B - Principais Agentes do Terceiro Setor no Brasil

- Principais vias de capitalização;
- Principais interesses diagnosticados nas empresas privadas;
- Principais desafios para os órgãos de gestão do Terceiro Setor;
- Épocas de maiores demandas de empresas privadas investindo no Terceiro Setor;
- Óticas de assuntos mais vistos nos veículos de comunicação.

3.3 TÉCNICAS DE TRATAMENTO DOS DADOS

A entrevista é a forma mais usual para recolha de dados em ciências humanas, para cada utilizador deste método é designado um tipo de conceito, para alguns se trata de um método técnico, para outros, instrumentos de pesquisa e para outras, apenas uma forma de saber sobre o que lhe interessa.

Num passado recente, a entrevista tornou-se uma método que os investigadores têm utilizado com frequência, porém muitas das vezes as entrevistas podem não trazer o que os entrevistadores estão a procura, assim, estes utilizam método misto, o qual é uma mistura dos instrumentos quantitativos e qualitativos, apelando nesta fase para registros, documentários, estudos de épocas passadas.

Um dos pontos positivos da entrevista é a oportunidade que o entrevistador tem de não só recolher os dados, mas de sentir a emoção através da linguagem não verbal e mensurar a emoção dos entrevistados ao tratar de determinado assunto. Para o tema desta investigação, a linguagem não verbal e a emoção são pontos a serem analisados pelo entrevistador, onde ainda é possível o entrevistado relatar em uma questão dissertativa com suas palavras aquilo que julga oportuno para a situação.

A recolha dos dados desta investigação objetivou-se em uma variedade de critérios através dos Anexos A e B, conforme citado no capítulo anterior. Nesta parte da investigação temos como pretensão descrever de forma superficial, porém embasada nos dados onde às empresas participantes pretendem chegar. Uma entrevista tem um ponto elevado quando o grau de profundidade dos elementos de análises é recolhido com olhar frio. (Quivy, 1992), o que se torna numa das enormes vantagens desta técnica.

A entrevista aplica processos fundamentais, que envolvem a estratégias de comunicação e interação pessoal, e possibilitam ao investigador extrair delas, informações e reflexões. Os métodos da entrevista caracterizam-se por uma ligação direta entre o entrevistador e os seus entrevistados, ao contrário do que sucede com o por questionário. Aqui, os entrevistados expressam as suas emoções acerca de um acontecimento ou de uma determinada situação ou tema, e as suas interpretações ou experiências (Quivy & Campenhoudt, 1992). Paralelamente a este pensamento, Raupp & Beuren (2003) consideram-na como técnica que coloca o investigador em contato direto e aprofundado

com os entrevistados e, possibilita a compreensão do que pensam sobre o assunto em causa, ou fazem, em determinadas circunstâncias.

CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4.1 INTRODUÇÃO

Este capítulo relata sobre análise dos dados referente a coleta realizada das empresas citadas no capítulo anterior. Por se tratar de ser uma das fases do processo desta investigação através de questionários, elaboramos uma explicação para estes baseadas na revisão de literatura adotada.

Os resultados serão relatados e comparados com as ideias de outros estudiosos que investigaram o mesmo assunto, para que assim, possamos ter uma ideia não só sobre o que mostra esta investigação, mas o que outros pesquisadores pensam a respeito do mesmo assunto de formas diferentes. Por se tratar de uma base de material bruta, o objetivo deste capítulo é mensurar a proposta das respostas desta investigação.

A principal finalidade tende a ser a obtenção de dados concretos, que auxiliem na determinação de ligações, esclarecimentos e chegar a resultados efetivos (Gomez, Florez & Jiménez, 1999), ou seja, os dados brutos necessitam de serem transcritos de uma forma que não só se entenda o significado das respostas, mas que possa se sentir de fato o que o entrevistado quis transmitir, este é o motivo de esta entrevista ser direcionada a pesquisa qualitativa. Porém a pesquisa de dados em uma pesquisa qualitativa é uma das mais complexas de ser realizadas, pois a emoção não pode ser quantificada, o que decorre um enorme volume de dados sendo de natureza escrita ou verbal.

Neste capítulo iremos constituir uma apresentação das empresas envolvidas, o perfil de cada entrevistado, e uma análise global das questões abordadas.

4.2 ANÁLISES DE CONTEÚDO

Segundo Moraes (1999), a análise de conteúdo constitui-se como uma metodologia usada para descrever e interpretar o conteúdo de alguma coisa. De acordo com Bardin (1994) “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem como finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”.

Porém, com o passar do tempo estes conceitos passaram a serem vistos como uma forma de analisar as comunicações entre entrevistados e entrevistadores, neste momento trata-se de apenas um veículo de comunicação, que utiliza procedimentos ordenados com o objetivo de descrever o conteúdo de mensagens transmitidas (quantitativas ou não).

A metodologia escrita permite com questões abertas, permite que o entrevistado tenha a oportunidade de relatar seus ideais e preocupações naquele momento, tendo este processo sobressaído na pesquisa qualitativa. Esta ferramenta descreve que o início da análise deve ser feita com a perspectiva de entender de fato qual é a pergunta, pois um questionário mal elaborado pode oferecer uma resposta muito boa, mas de algo que não lhe foi perguntado.

Após a coleta de informações / dados, o pesquisador inicia a análise de interpretação do material recolhido, para assim chegar à fase da conclusão.

Bardin (1994) citado por Godoy (1995) expõe a utilização da análise de dados e métodos de grandes importâncias, os quais possibilitam a estruturar, organizar e analisar de melhor forma os dados coletados através de uma amostra, são elas:

- Preparação da Informação (a);
- Transformação do Conteúdo em unidades (b);
- Classificação das unidades em Categorias (c);
- Descrição (d);
- Interpretação da Informação (e).

A) Na preparação das informações: são indispensável que seja lido todas as entrevistas realizadas, de forma que torne claro os objetivos os relatos para que se possa

trabalhar as informações sem interrupções pessoais ou motivadas por achismo do pesquisador, mantendo assim a matéria prima da entrevista sem nenhum tipo de transformação.

Todos os nossos entrevistados estão de certa forma relacionados com o tema desta investigação, assim, sendo empresas privadas que investem no Terceiro Setor Brasileiro. Alguns concordam nas ações desta investigação, outros tem outra ótica sobre a mesma temática, mas o ponto de partida em comum é poder fazer para a sociedade o que cada empresa tem como desejo e ou objetivo.

B) Transformação de conteúdo em unidade: Rer as informações não se faz apenas parte do processo como se torna uma ação indispensável para uma boa interpretação de dados. A facilidade de transcrever em resultados os dados colhidos é complexa e perplexa, pois trata-se de uma atividade que gerará futuras tomadas de decisões sobre os assuntos abordados. Os dados na forma bruta necessitam de ser trabalhados para poder ser utilizados na construção de uma boa conclusão, sejam estas, efetivas ou provisórias. Estas tarefas de transformação de conteúdo em unidades se caracterizam em palavras, ações em comum ou até documentos similares sobre a mesma investigação, para este estudo iremos adotar o tema deste. Os investimentos privados no Terceiro Setor Brasileiro

C) Classificação das unidades em categorias: Para esta fase da investigação, iremos pontuar os pontos principais e relevantes do material / dados, levantados e apurados. Para Olabuenega & Ispizua (1989), este método é compreendido como um processo de minimização de dados em que os setores, a que o autor (Moraes, 1999) se refere, é o resultado da sintetização das informações adquiridas, porém, destacando o que nelas a de maior importância.

D) Descrição: Em um método qualitativo, como este, existe a necessidade da elaboração de um texto onde para o leitor desta investigação utilize deste veículo de comunicação com uma estratégia de criação de interesse sobre o assunto, para que assim, possa-se transmitir a mensagem correta. Segundo Moraes (1999) é sugestivo que se apresente citações diretas, de forma que as opiniões desta investigação sejam apuradas de acordo com autores que investigaram a mesma temática.

E) Interpretação da Informação: É de objetivo primário desta investigação, que o material aqui produzido não tenha a oportunidade de criar situações duvidosas ou não claras, os dados primários recolhidos através das entrevistas tem como foco trazer a subjetividade e envolvimento com o tema deste trabalho, assim, a interpretação da essência deste trabalho, é levar ao pesquisador a interpretação mais limpa de resquícios similares deste estudo.

Independente da tipologia desta investigação, o maior desafio deste capítulo é o aceite das empresas privadas a participarem desta pesquisa através do aceite das mesmas em suas sedes organizacionais. De acordo com abordagem e técnica de pesquisa, adotada como, entrevistas, ao decorrer deste capítulo estão disponíveis os anexos das empresas entrevistadas para sua interpretação.

4.3 APRESENTAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

Neste capítulo está descrito a apresentação das empresas que nos deram o aceite em sua participação para a realização desta investigação. Os pontos de vistas são diferentes referente ao mesmo assunto e ao mesmo tempo, os que se têm em comum são os investimentos privados brasileiros com o mesmo destino social. Os quadros abaixo, tem a tarefa de dinamizar o entendimento de quem, qual empresa, data, horário, aonde e duração dos participantes ocorreram as entrevistas anexas nesta investigação.

Entrevistado 1:

Quadro 1: Apresentação do Entrevistado – Decyseo Corretora de Câmbio Ltda

Empresa: Decyseo Corretora de Câmbio Ltda
Av. São Luis, 192 – Sala 25 – Centro – São Paulo – SP – Cep:01406-000
Entrevistado: Rogério Zerbinatto – Diretor Financeiro
Data:15/12/2019 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo A
Horário da Reunião: 07:30 as 09:30 – Duração de 2 hs.

Fonte: Elaboração Própria

Entrevistado 2:

Quadro 2: Apresentação do Entrevistado – Broker Corretora de Câmbio S/A

Empresa: Broker Corretora de Câmbio S/A
Av. Ibirapuera, 2033 – 18º andar – Indianópolis – São Paulo – SP – Cep:04029-000
Entrevistado: Airton Junior da Silva – Diretor Financeiro
Data:15/12/2019 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo A
Horário da Reunião: 10:30 as 13:00 – Duração de 2:30 hs.

Fonte: Elaboração Própria

Entrevistado 3:

Quadro 3: Apresentação do Entrevistado – Advanced Corretora de Câmbio S/A

Empresa: Advanced Corretora de Câmbio S/A
Av. Paulista, 500 – 8º andar – Bela Vista – São Paulo – SP – Cep: 01310-000
Entrevistado: Fabio Françoso – Diretor Financeiro
Data:15/12/2019 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo A
Horário da Reunião: 14:30 as 15:00 – Duração de 1:30 hs.

Fonte: Elaboração Própria

Entrevistado 4:

Quadro 4: Apresentação do Entrevistado – Treviso Corretora de Câmbio S/A

Empresa: Treviso Corretora de Câmbio
Rua: Dr. Eduardo de Souza Aranha, 387 – Conj 41 – Itaim Bibi – São Paulo – SP
Cep:045-120
Entrevistado: Ednaldo Carlos da Silva – Diretor Financeiro
Data:16/12/2019 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo A
Horário da Reunião: 10:00 as 12:00 – Duração de 2:00 hs.

Fonte: Elaboração Própria

Entrevistado 5:

5: Apresentação do Entrevistado – Associação Brasileira das Corretoras de Câmbio

Empresa: Associação Brasileira das Corretoras de Câmbio
Av. Paulista, 2444 – 1º andar – conj. 12 – Bela Vista – São Paulo – SP – Cep: 01310-000
Entrevistado: Victor Vilarinho Lucas – Analista Pleno Social
Data:16/12/2019 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo A
Horário da Reunião: 14:00 as 16:00 – Duração de 2:00 hs.

Fonte: Elaboração Própria

Entrevistado 6:

Quadro 6: Apresentação do Entrevistado – GIFE – Grupo de Instituições, Fundações e Empresas

Empresa: GIFE – Grupo de Instituições, Fundações e Empresas
Av Brigadeiro Faria Lima, 2413 – 1º andar – conj 11 – Jd. Paulistano – São Paulo
Cep: 01452-000
Entrevistado: Carolina Magoso – Diretora Financeira
Data: 28/01/2020 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo B
Horário da Reunião: 10:00 as 12:00 – Duração de 2:00 hs.

Fonte: Elaboração Própria

Entrevistado 7:

Quadro 7: Apresentação do Entrevistado – Observatório do Terceiro Setor

Empresa: Observatório do Terceiro Setor
Rua: General Jardim, 808 – 8º andar- conj. 801-802 – Higienópolis – São Paulo – SP
Cep: 01223-010
Entrevistado: Josilene Rocha – Diretora Financeira
Data: 30/01/2020 – Utilização do modelo de Entrevista – Anexo B
Horário da Reunião: 14:00 as 17:00 – Duração de 3:00 hs.

Fonte: Elaboração Própria

4.4 EXPLORAÇÃO DAS ENTREVISTAS

Em continuação do desenvolvimento desta investigação, com base no capítulo anterior, recorreremos ao tratamento das entrevistas no ato explorativo de acordo com a proposta de Bardin (1994) que se trata de uma pré-análises, exploração do material e tratamento dos resultados.

Desta forma, a pré-análise é responsável pela preparação dos dados para que se torne informações brutas, o que facilita de forma geral uma análise com ampla visão narrativa dos entrevistados. A exploração da teoria de Bardin (1994) envolve a transformação do conteúdo em unidades e as classificações das unidades em categorias da teoria de Moraes (1999).

Assim, é de extrema importância compreender que cada unidade é correspondida a uma classificação, ou seja, cada questão do questionário é enquadrada em uma classificação, e estas classificações nesta investigação são duas, os investimentos privados só tem dois retornos, são eles, mercadológicos ou responsabilidade social.

A fim de dinamizar o entendimento das explorações das entrevistas, elaboramos os quadros abaixo para maior clareza de entendimento, sejam eles oriundos dos anexos A ou B.

Quadro 8: Exploração da Entrevista –Decyseo Corretora de Câmbio Ltda

Empresa: Decyseo Corretora de Câmbio Ltda
Questão 1 – Cultura
Questão 2 – Imagem Mercadológica perante os Stakeholders
Questão 3 – Educação
Questão 4 – Com base no Balanço Patrimonial
Questão 5 – Anual
Questão 6 – Pessoal Discursiva
As necessidades no Brasil são imensas, uma hora, trata-se de um ponto crítico em educação, outra hora, saúde, transporte público e outras que aparecem no dia a dia. Mas acreditamos que se esses recursos fossem investidos em educação, muitos dos problemas seriam minimizados ou até mesmo eliminados.
Respondido por: Rogério Zerbinatto

Fonte: Elaboração Própria

Quadro 9: Exploração da Entrevista –Broker Corretora de Câmbio S/A

<p>Empresa: Broker Corretora de Câmbio S/A</p> <p>Questão 1 – Cultura</p> <p>Questão 2 – Responsabilidade Social</p> <p>Questão 3 – População Carente – Crianças / Idosos</p> <p>Questão 4 – Conforme a necessidade do Carecido</p> <p>Questão 5 – Semestral</p>
<p>Questão 6 – Pessoal Discursiva</p> <p>Acredito que existem inúmeras demandas que necessitam de investimento, onde um dos Canais seja a empresa privada, porém, acreditamos que a educação é a base para estancamos ou minimizamos grande parte dessas futuras necessidades, pois muitas ações e realmente ações necessárias advém da falta de estrutura básica educacional que acarreta em diversas carências, seja familiar, habitacional, saúde, etc...</p>
<p>Respondido por: Airton Junior da Silva</p>

Fonte: Elaboração Própria

Quadro 10: Exploração da Entrevista –Advanced Corretora de Câmbio S/A

<p>Empresa: Advanced Corretora de Câmbio S/A</p> <p>Questão 1 – Pessoal</p> <p>Questão 2 – Responsabilidade Social e Imagem Mercadológica perante os Stakeholders</p> <p>Questão 3 – População Carente – Crianças / Idosos</p> <p>Questão 4 – Conforme a necessidade do Carecido</p> <p>Questão 5 – Conforme projetos e disponibilidade de caixa</p>
<p>Questão 6 – Pessoal Discursiva</p> <p>Eu acredito na educação, este é o caminho para a mudança de cenário de um necessitado, mas, não adianta dar estudo se ele não tiver comida ou um teto descente. Acho que o foco deveria ser na necessidade prioritária de cada projeto social ou indivíduo. É assim que agimos aqui na empresa.</p>
<p>Respondido por: Fabio Françoso</p>

Fonte: Elaboração Própria

Quadro 11: Exploração da Entrevista –Treviso Corretora de Câmbio S/A

<p>Empresa: Treviso Corretora de Câmbio S/A</p> <p>Questão 1 – Cultura</p> <p>Questão 2 – Imagem Mercadológica perante os Stakeholders</p> <p>Questão 3 – Educação</p> <p>Questão 4 – Com base no Balanço Patrimonial</p> <p>Questão 5 – Anual</p>
<p>Questão 6 – Pessoal Discursiva</p> <p>A base de toda mudança é a educação, o destino não só do Brasil está em como vamos educar as nossas crianças, pois são as ações deles que irão tratar das nossas velhices.</p>
<p>Respondido por: Ednaldo Carlos da Silva</p>

Fonte: Elaboração Própria

Quadro 12: Exploração da Entrevista –ABRACAM – Associação Brasileira das Corretoras de Câmbio

<p>Empresa: ABRACAM – Associação Brasileira das Corretoras de Câmbio</p> <p>Questão 1 – Representatividade e fortalecimento do mercado de câmbio*</p> <p>Questão 2 – Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa**</p> <p>Questão 3 – Educação</p> <p>Questão 4 – Com base no Balanço Patrimonial</p> <p>Questão 5 – Semestral</p>
<p>Questão 6 – Pessoal Discursiva</p> <p>A base de toda mudança é a educação, o destino não só do Brasil está em como vamos educar as nossas crianças, pois são as ações deles que irão tratar das nossas velhices.</p>
<p>Respondido por: Victor Villarinho Lucas</p>

Fonte: Elaboração Própria

Tabela: 02 Compilação dos Dados Primários – Anexo A

Empresa	Questão1	Questão 2	Questão 3	Questão 4	Questão 5
Decyseo	Cultura	Imagem	Educação	B.P	Anual
Broker	Cultura	R.S	P.C.C.I	Carecido	Semestral
Advanced	Pessoal	R.S + Imagem	P.C.C.I	Carecido	Caixa
Treviso	Cultura	Imagem	Educação	B.P	Anual
Abracam	*	**	Educação	B.P	Semestral

Fonte: Elaboração Própria

Com base nos dados primários demonstrados nos quadros e tabelas acima, extraídos das entrevistas do questionário anexo A, podemos verificar que a questão de número 1, tem

uma grande tendência de investimento em Cultura, onde esses investidores sociais acreditam que possam ter melhores resultados no futuro.

Já a questão de número 2, tem uma representatividade quase unânime em interesse sobre o investimento ofertado em retorno na imagem mercadológica perante os *Stakeholders*, o que para essa investigação traz um ótica uma tanto diferente do esperado. Os investimentos sociais pelas empresas privadas no Terceiro Setor Brasileiro têm sido mais uma ação mercadológica do que o objetivo da ação solidaria em si, mas os recursos são utilizados para as demandas sociais da mesma forma, independente das intenções dos investidores sociais.

Em continuidade, a questão de número 3, traz a educação como ponto principal, onde em todas as questões de número 6, de uma certa forma é dissertado com clareza a necessidade e a esperança que se tem no investimento em educação, seja qual for a ação.

Por sua vez, a questão de número 4, nos relata que o Balanço Patrimonial das empresas é um indicador usual para as tomadas de decisões referentes aos valores dos investimentos disponibilizados para os fins escolhidos pelos investidores, o que se faz um indicador de grande relevância para a determinação desses valores. E por fim, a questão de número 5, empata de acordo com a agenda e disponibilidade de caixa de cada empresa privada, o que deixa a gestão das empresas receptoras dos recursos com uma certa segurança de gerir seus caixas de acordo com a disponibilidade financeira de cada empresa investidora no Terceiro Setor.

Quadro 13: Exploração da Entrevista –GIFE – Grupo de Instituições, Federações e Empresas

Empresa: GIFE – Grupos de Instituições, Federações e Empresas
Questão 1 – Site
Questão 2 – Marketing
Questão 3 – Transparência dos Recursos Investidos
Questão 4 – Outros – Depende mais do Fluxo Financeiro
Questão 5 – Educação
Questão 6 – Pessoal Discursiva - Não respondida
Respondido por: Carolina Magosso

Fonte: Elaboração Própria

Empresa: Observatório do Terceiro Setor
Questão 1 – Site
Questão 2 – Responsabilidade Social
Questão 3 – Transparência dos Recursos Investidos
Questão 4 – Notícias de Desastres locais
Questão 5 – Educação
Questão 6 – Pessoal Discursiva - Não respondida
Respondido por: Josilene Rocha

Fonte: Elaboração Própria

Tabela: 03 Compilação dos Dados Primários – Anexo B

Empresa	Questão1	Questão 2	Questão 3	Questão 4	Questão 5
GIFE	Site	Marketing	Transparência	Outros	Educação
Observatório	Site	Resp. Social	Transparência	Notícias	Educação

Com base nos dados primários demonstrados nos quadros e tabelas acima, extraídos das entrevistas do questionário anexo B, compreendemos a seguinte postura.

A questão de número 1, demonstra que de fato com o avanço da tecnologia a grande forma de pesquisas das empresa privadas sobre onde investir seu recursos social é realizado através de pesquisas de site, vale a pena ressaltar que esse investimento social não tem retorno financeiro, trata-se de um retorno em benfeitoria com a sociedade.

Já a questão de número 2, trata-se de um dos princípios conflitantes, um que se trata de fato a ação social, onde não se tem interesse em aparecer quem fez a ação, o foco aqui é que a ação tomada seja feita da melhor forma mantendo o a discrição sobre o investidor social, trata como a resposta de responsabilidade social, já a resposta trata em marketing, transparece o retorno mercadológico do investimento social realizado, ou seja, aquele investimento social que exige em contra partida a divulgação nos veículos de comunicação disponíveis.

Assim a questão de número 3, vem com o mesmo proposito, ressaltado a desafio de fazer ter credibilidade a demonstração contábil de forma transparente para o público e principalmente para os investidores sociais que direcionam seus recursos ao Terceiro Setor.

A questão de número 4 traz dois pareceres diferentes onde se relata que a maior demanda desses investimentos ocorrem de acordo com a disponibilidade financeira , o que faz com que a empresa analise seu caixa para fazer o investimento social, e outro parecer, é quando se trata da comoção que o brasileiro tem em fazer o bem sem olhar a quem, caracterizando esse sentimento e notícias que os veículos de comunicação trazem sobre por exemplo desastres que afetam de forma agressiva a sociedade.

Por fim, a questão de número 5 em conformidade demonstra a total preocupação dos investidores investirem em educação, o que de fato proporciona ao indivíduo ensinamentos de cultura, saúde, bem estar ética na vida social de qualquer cidadão.

CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES GERAIS

5.1 CONCLUSÕES DA INVESTIGAÇÃO

A presente investigação é resultado de uma afinidade com o assunto e desejo de poder entender mais sobre a temática. Trata-se de um estudo sobre os anseios motivados pelos doadores do recurso financeiro misturado com as motivações dos mesmos para com a sociedade.

Entendemos com essa investigação a participação dos três setores (Setor Primário, Governo, Setor Secundário – Empresas Privadas e Setor Terciário – Empresas sem Fins Lucrativos) e suas respectivas responsabilidades. No decorrer do desenvolvimento desta investigação, por parte do autor, a ideia era sempre criticar as empresas privadas que seriam motivadas a doarem recursos financeiros em troca de popularidade através dos meios de comunicação, o que com o aprofundamento dos estudos fez com que essa óptica fosse vista com outro olhar técnico, onde se possibilita o aceite desta ideia como uma estratégia de desenvolvimento da marca utilizando os investimentos sociais como meio para tal.

Num contexto em que a população ainda sofre com a falta de recurso financeiro mínimo justo para viver, esta investigação permitiu evidenciar a grande importância da participação financeira das empresas do primeiro setor e segundo setor. Ressaltasse nesta investigação que a responsabilidade de suprir as necessidades básicas para sociedade é do Governo, o qual não tem a participação suficiente para suprir essas necessidades. Portanto o auxílio das empresas privadas ao Terceiro Setor se tornam indispensáveis para que a sociedade desfavorável sofra o menos possível.

Como podemos confrontar em nosso estudo as empresas financiadoras de programas sociais realizadas pelo Terceiro Setor em suas motivações têm o mesmo objetivo. Fazer da sociedade uma sociedade melhor com mais oportunidades de se tornarem pessoas melhores, porém, cada uma com um desejo diferente em melhoria, algumas em educação, outras em esporte, cultura e outros pontos, mas que no final o foco sempre é o mesmo. O Bem estar da população.

Os desafios apresentados neste estudo referente à temática é a transparência que os investidores sociais tem em saber que de facto os recursos doados chegaram ao seu destinos finais na totalidade. O Brasil através dos veículos de comunicação pelo Mundo é visto como um país de corrupção elevada e a própria mídia aberta relata isso.

Com base na investigação foi possível constatar que as empresas brasileiras tem uma grande motivação em fazer suas doações financeiras para o Terceiro Setor, e que essas motivações são mais tendenciosas para o objetivo mercadológico do que para a Responsabilidade Social. Em estudos acadêmicos no decorrer do curso, pudemos ver isso não se trata negativo ou positivo, é apenas a estratégia que a empresa privada utiliza para poder atingir seu objetivo.

Conforme conta neste estudo, o surgimento do Terceiro Setor no Brasil foi em 1543 na cidade de Santos, através da inauguração da Santa Casa de Misericórdia, qual com grandes dificuldades financeiras vêm sobrevivendo até os dias de hoje, com o fato de ganhar força e reconhecimento de prestação de serviço para a sociedade brasileira, o que fez que tanto o Governo quanto as empresas privadas tivessem a sensibilidade de ofertar suas doações (no caso das empresas privadas) e investimentos (no caso do Governo) de forma constantes.

Concluiu-se nesta investigação que o Terceiro Setor no Brasil tem sofrido grande transformações, o que se deu por conta da grande participação das empresas privadas e suas motivações. Entidades como o GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas que foi fundada em 1995 há 25 anos vem fazendo um trabalho árduo de gestão de auxílio ao Governo com suas ações de capitalização de recursos financeiros de seus associados, e também por este motivo que a sociedade vem tendo serviços que deveriam ser oferecidos pelo Governo, mas que são executados pelo Terceiro Setor através desta preocupação que este grupo tem com a sociedade brasileira.

A participação do Observatório do Terceiro Setor no Brasil, entidade que é um dos principais meios de comunicação no quesito Terceiro Setor no Brasil é indispensável para o as mudanças positivas no segmento. A forma que tratada são analisadas, estudadas, apuradas e trabalhadas as informações antes de irem para a comunicação externa é que faz com que as informações certas, cheguem das maneiras certas, para as empresas certas.

Este trabalho é decorrente a levar a necessidade da sociedade para a motivação do investidor social, o que faz o encontro perfeito entre escassez e recurso sociais.

ANEXOS

ANEXO – A – Modelo

EMPRESAS INVESTIDORAS NO TERCEIRO SETOR BRASILEIRO

NOME DA INSTITUIÇÃO: _____

DEPARTAMENTO: _____

DATA: ____/____/2019 -

01. Qual a **Motivação** para a constituição do Terceiro Setor em sua organização?

() Pessoal

() Cultural

() Religiosa

() Outros: _____

02. Qual o **Interesse** da sua organização em investir no Terceiro Setor no Brasil?

() Responsabilidade Social

() Imagem Mercadológica perante os *Stakeholders*

() Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa

() Outros: _____

03. Qual é o **Principal Destino** dos Investimentos Sociais da sua organização:

() População Carente – Crianças / Idosos

() Educação

() Saúde

() Outros: _____

04. Os **Valores Financeiros** disponibilizados são:

() Com base no Balanço Patrimonial

() Conforme a Necessidade do carecido

() Estipulado de uma forma fixa

() Outros: _____

05. Qual a **Periodicidade** de Investimento Social praticada:

() Anual

() Semestral

() Trimestral

() Outros: _____

06. Na sua opinião, qual seria o melhor destino a ser investidos os recursos financeiros doados pelas empresas Privadas ? Justifique.

Assinatura do Entrevistado

Assinatura do Entrevistador

ANEXO – A

EMPRESAS INVESTIDORAS NO TERCEIRO SETOR BRASILEIRO

NOME DA INSTITUIÇÃO: DECYSEO CORRETORA DE CÂMBIO LTDA

DEPARTAMENTO: FINANCEIRO

DATA: 15/12/2019

01. Qual a **Motivação** para a constituição do Terceiro Setor em sua organização?

() Pessoal

(x) Cultural

() Religiosa

() Outros: _____

02. Qual o **Interesse** da sua organização em investir no Terceiro Setor no Brasil?

() Responsabilidade Social

(x) Imagem Mercadológica perante os *Stakeholders*

() Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa

() Outros: _____

03. Qual é o **Principal Destino** dos Investimentos Sociais da sua organização:

() População Carente – Crianças / Idosos

(x) Educação

() Saúde

() Outros: _____

04. Os **Valores Financeiros** disponibilizados são:

(x) Com base no Balanço Patrimonial

() Conforme a Necessidade do carecido

() Estipulado de uma forma fixa

() Outros: _____

05. Qual a **Periodicidade** de Investimento Social praticada:

(x) Anual

() Semestral

() Trimestral

() Outros: _____

06. Na sua opinião, qual seria o melhor destino a ser investidos os recursos financeiros doados pelas empresas Privadas ? Justifique.

As necessidades no Brasil são imensas, uma hora, trata-se de um ponto crítico em educação, outra hora, saúde, transporte público e outras que aparecem no dia a dia. Mas acreditarmos que se esses recursos fossem investidos em educação, muitos dos problemas seriam minimizados ou até mesmo eliminados.

A Educação deveria ser prioridade em qualquer país.

Decred Consultoria de Câmbio Ltda.
CNPJ: 04.968.518/0001-47

Assinatura do Entrevistado

Assinatura do Entrevistador

ANEXO – A

EMPRESAS INVESTIDORAS NO TERCEIRO SETOR BRASILEIRO

NOME DA INSTITUIÇÃO: BROKER CORRETORA DE CÂMBIO S/A

DEPARTAMENTO: FINANCEIRO

DATA: 15/12/2019

01. Qual a **Motivação** para a constituição do Terceiro Setor em sua organização?

() Pessoal

(X) Cultural

() Religiosa

() Outros: _____

02. Qual o **Interesse** da sua organização em investir no Terceiro Setor no Brasil?

(X) Responsabilidade Social

() Imagem Mercadológica perante os *Stakeholders*

() Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa

() Outros: _____

03. Qual é o **Principal Destino** dos Investimentos Sociais da sua organização:

(X) População Carente – Crianças / Idosos

() Educação

() Saúde

() Outros: _____

04. Os **Valores Financeiros** disponibilizados são:

() Com base no Balanço Patrimonial

(X) Conforme a Necessidade do carecido

() Estipulado de uma forma fixa

() Outros: _____

05. Qual a **Periodicidade** de Investimento Social praticada:

() Anual

(X) Semestral

() Trimestral

() Outros: _____

06. Na sua opinião, qual seria o melhor destino a ser investidos os recursos financeiros doados pelas empresas Privadas? Justifique.

Acredito que existem inúmeras demandas que necessitam de investimento, onde um dos canais seja a empresa privada, porém, acreditamos que a educação é a base para estancarmos ou minimizarmos grande parte dessas futuras necessidades, pois muitas ações, e realmente ações necessárias advêm da falta de estrutura básica educacional que acarreta em diversas carências, seja familiar, habitacional, saúde etc....


Assinatura do Entrevistado
Assinatura do Entrevistador

ANEXO – A

EMPRESAS INVESTIDORAS NO TERCEIRO SETOR BRASILEIRO

NOME DA INSTITUIÇÃO: ADVANCED CORRETORA DE CÂMBIO S/A

DEPARTAMENTO: FINANCEIRO

DATA: 15/12/2019

01. Qual a **Motivação** para a constituição do Terceiro Setor em sua organização?

☒ (X) Pessoal

☐ () Cultural

☐ () Religiosa

☐ () Outros: _____

02. Qual o **Interesse** da sua organização em investir no Terceiro Setor no Brasil?

☒ (X) Responsabilidade Social

☒ (X) Imagem Mercadológica perante os *Stakeholders*

☐ () Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa

☐ () Outros: _____

03. Qual é o **Principal Destino** dos Investimentos Sociais da sua organização:

☒ (X) População Carente – Crianças / Idosos

☐ () Educação

☐ () Saúde

☐ () Outros: _____

04. Os **Valores Financeiros** disponibilizados são:

☐ () Com base no Balanço Patrimonial

☒ (X) Conforme a Necessidade do carecido

☐ () Estipulado de uma forma fixa

☐ () Outros: _____

05. Qual a **Periodicidade** de Investimento Social praticada:

☐ () Anual

☐ () Semestral

☐ () Trimestral

☒ (X) Outros: Conforme projetos e disponibilidade de caixa.

06. Na sua opinião, qual seria o melhor destino a ser investidos os recursos financeiros doados pelas empresas Privadas ? Justifique.

Eu acredito na educação, este é o caminho para a mudança de cenário de um necessitado, mas não adianta dar estudo se ele não tiver comida ou um teto decente. Acho que o foco deveria ser na necessidade prioritária de cada projeto social ou indivíduo. É assim que agimos aqui na empresa.



Assinatura do Entrevistado



Assinatura do Entrevistador

92.856.905/0001-86

**ADVANCED CORRETORA
DE CÂMBIO LTDA.**

Av. Paulista, 900 - 8º Andar - Conj. 81,82,83,84
BELA VISTA - CEP 01310-900
SÃO PAULO - SP

ANEXO – A

EMPRESAS INVESTIDORAS NO TERCEIRO SETOR BRASILEIRO

NOME DA INSTITUIÇÃO: TREVISÓ CORRETORA DE CÂMBIO S/A

DEPARTAMENTO: FINANCEIRO

DATA: 16/12/2019

01. Qual a **Motivação** para a constituição do Terceiro Setor em sua organização?

() Pessoal

(x) Cultural

() Religiosa

() Outros: _____

02. Qual o **Interesse** da sua organização em investir no Terceiro Setor no Brasil?

() Responsabilidade Social

(x) Imagem Mercadológica perante os *Stakeholders*

() Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa

() Outros: _____

03. Qual é o **Principal Destino** dos Investimentos Sociais da sua organização:

() População Carente – Crianças / Idosos

(x) Educação

() Saúde

() Outros: _____

04. Os **Valores Financeiros** disponibilizados são:

(x) Com base no Balanço Patrimonial

() Conforme a Necessidade do carecido

() Estipulado de uma forma fixa

() Outros: _____

05. Qual a **Periodicidade** de Investimento Social praticada:

(x) Anual

() Semestral

() Trimestral

() Outros:

06. Na sua opinião, qual seria o melhor destino a ser investidos os recursos financeiros doados pelas empresas Privadas ? Justifique.

A base de toda mudança é a educação, o destino não só do Brasil está em como vamos educar as nossas crianças, pois são as ações deles que irão tratar das nossas velhices.


Assinatura do Entrevistado
Assinatura do Entrevistador

ANEXO – A

EMPRESAS INVESTIDORAS NO TERCEIRO SETOR BRASILEIRO

NOME DA INSTITUIÇÃO: ABRAÇAM – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CÂMBIO

DEPARTAMENTO: FINANCEIRO

DATA: 16/12/2019

01. Qual a **Motivação** para a constituição do Terceiro Setor em sua organização?

() Pessoal

() Cultural

() Religiosa

(x) Outros: Representatividade e fortalecimento do mercado de câmbio.

02. Qual o **Interesse** da sua organização em investir no Terceiro Setor no Brasil?

() Responsabilidade Social

() Imagem Mercadológica perante os *Stakeholders*

(x) Estreitamento do Relacionamento entre Governo e Empresa

() Outros: _____

03. Qual é o **Principal Destino** dos Investimentos Sociais da sua organização:

() População Carente -- Crianças / Idosos

(x) Educação

() Saúde

() Outros: _____

04. Os **Valores Financeiros** disponibilizados são:

(x) Com base no Balanço Patrimonial

() Conforme a Necessidade do carecido

() Estipulado de uma forma fixa

() Outros: _____

05. Qual a **Periodicidade** de Investimento Social praticada:

() Anual

(x) Semestral

() Trimestral

() Outros: _____

06. Na sua opinião, qual seria o melhor destino a ser investidos os recursos financeiros doados pelas empresas Privadas ? Justifique.

O melhor destino dos investimentos seria a educação como já vem sendo feito, fortalecendo o mercado e desenvolvendo pessoas para que possamos alinhar de uma forma crescente o setor como um todo.


Assinatura do Entrevistado
ABRACAM
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DAS CORRETORAS DE CÂMBIO
CNPJ: 04.634.444/0001-30


Assinatura do Entrevistador

ANEXO – B

PRINCIPAIS AGENTES DE GESTÃO DO TERCEIRO SETOR NO BRASIL

NOME DA INSTITUIÇÃO:

DEPARTAMENTO: _____

DATA: ____/____/2020

01. Quais as **Principais vias de Capitalização** das Empresas Privadas

() Site

() Jornal

() TV

() Outros: _____

02. Quais são os **Principais Interesses Diagnosticados nas Empresas Privadas** para se tornarem um Investidor Social no Brasil.

() Responsabilidade Social

() Isenção Fiscal

() Marketing

() Outros: _____

03. Quais são os **Principais Desafios para os Órgãos de Gestão do Terceiro Setor no Brasil?**

() Transparência dos Recursos Investidos

() Relatórios de Auditoria Verídicos

() Análise de Tendências Corruptivas

() Outros: _____

04. Quais são as **Épocas de maior Demanda de Empresas Privadas** querendo se tornar Uma Empresa financiadora do Terceiro Setor no Brasil?

() Eleições

() Notícias de Desastres locais

() Troca de Diretoria

() Outros: _____

05. Sobre a sua **Ótica os Assuntos mais vistos nos Veículos de Comunicação** são:

() População Carente – Crianças / Idosos

() Educação

() Saúde

() Outros: _____

06. Qual é o melhor meio de comunicação e apelo realizados pelos agentes dos Terceiro para angariar novos investidores sociais? Justifique

Assinatura do Entrevistado

Assinatura do Entrevistador

ANEXO – B

PRINCIPAIS AGENTES DE GESTÃO DO TERCEIRO SETOR NO BRASIL

NOME DA INSTITUIÇÃO: GIFE – Grupo de Instituições, Fundações e Empresas.

DEPARTAMENTO: Gestão de Processos

DATA: 28/01/2020

01. Quais as Principais vias de Capitalização das Empresas Privadas

☒ Site

☐ Jornal

☐ TV

☐ Outros: _____

02. Quais são os Principais Interesses Diagnosticados nas Empresas Privadas para se tornarem um Investidor Social no Brasil.

☐ Responsabilidade Social

☐ Isenção Fiscal

☒ Marketing

☐ Outros: _____

03. Quais são os Principais Desafios para os Órgãos de Gestão do Terceiro Setor no Brasil?

☒ Transparência dos Recursos Investidos

☐ Relatórios de Auditoria Verídicos

☐ Análise de Tendências Corruptivas

☐ Outros: _____

04. Quais são as Épocas de maior Demanda de Empresas Privadas querendo se tornar Uma Empresa financiadora do Terceiro Setor no Brasil?

☐ Eleições

☐ Notícias de Desastres locais

☐ Troca de Diretoria

☒ Outros: Depende mais do Fluxo Financeiro

05. Sobre a sua Ótica os Assuntos mais vistos nos Veículos de Comunicação são:

☐ População Carente – Crianças / Idosos

☒ Educação

☐ Saúde

☐ Outros: _____

06. Qual é o melhor meio de comunicação e apelo realizados pelos agentes dos Terceiro para angariar novos investidores sociais? Justifique

00 765 521 / 0001 - 30
GIFE - GRUPO DE INSTITUTOS,
FUNDAÇÕES E EMPRESAS
AV. BRIG. FARIA LIMA, 2413 - 1º ANDAR
JD. PAULISTANO - CEP: 01452-060
SÃO PAULO - SP



Assinatura do Entrevistado



Assinatura do Entrevistador

ANEXO – B

PRINCIPAIS AGENTES DE GESTÃO DO TERCEIRO SETOR NO BRASIL

NOME DA INSTITUIÇÃO: Observatório do Terceiro Setor

DEPARTAMENTO: Divulgação de Obras

DATA: 31 / 01 / 2020

01. Quais as **Principais vias de Capitalização** das Empresas Privadas

☒ Site

() Jornal

() TV

() Outros: _____

02. Quais são os **Principais Interesses Diagnosticados** nas Empresas Privadas para se tornarem um Investidor Social no Brasil.

☒ Responsabilidade Social

() Isenção Fiscal

() Marketing

() Outros: _____

03. Quais são os **Principais Desafios** para os **Órgãos de Gestão do Terceiro Setor** no Brasil?

☒ Transparência dos Recursos Investidos

() Relatórios de Auditoria Verídicos

() Análise de Tendências Corruptivas

() Outros: _____

04. Quais são as **Épocas de maior Demanda de Empresas Privadas** querendo se tornar Uma Empresa financiadora do Terceiro Setor no Brasil?

() Eleições

☒ Notícias de Desastres locais

() Troca de Diretoria

() Outros: _____

05. Sobre a sua **Ótica** os **Assuntos** mais vistos nos **Veículos de Comunicação** são:

() População Carente – Crianças / Idosos

☒ Educação

() Saúde

() Outros: _____

06. Qual é o melhor meio de comunicação e apelo realizados pelos agentes dos Terceiro para angariar novos investidores sociais? Justifique



Assinatura do Entrevistado



Assinatura do Entrevistador

CRONOGRAMA DA EDIÇÃO DA DISSERTAÇÃO

ATIVIDADES PROGRAMADAS PARA EXECUÇÃO		SET 2019	OUT 2019	NOV 2019	DEZ 2019	JAN 2020	FEV 2020
1	Natureza da Dissertação – Consistir na formulação argumentada, motivação e interesse no assunto.	10					
2	Analisar as Pesquisas de avanços de estudo nessa área.	20					
3	Complementar a Revisão da Literatura já inclusa no projeto da Dissertação.	30*					
4	Revalidar o objeto da Dissertação e suas fontes de informação- Delimitar de forma clara e sucinta as principais bibliografias.		10				
5	Apresentação do Estudo.		20				
6	Justificação do Estudo.		30*				
7	Orientação do Estudo.			10			
8	Confronto de pareceres da Revisão da Literatura.			20			
9	Enquadramento Metodológico.			30*			
10	Coleta de Dados.				20		
11	Análise de Dados.				25		
12	Edição das Entrevistas Realizadas.				30*		
13	Edição das Conclusões Gerais.					10	
14	Conferência das Referências Bibliográficas.					20	
15	Conferência da Formatação.					30*	
16	Revisão Geral da Dissertação - 1						10
17	Alterações e Últimos Ajustes.						15
18	Revisão Geral da Dissertação - 2						20
19	Entrega Final da Dissertação.						25
20	Agendamento da Defesa.						30*
* * Envio para a Profª Orientadora para suas sugestões e alterações.							

REFERÊNCIA BIBLIOGRAFICA

BARDIN, I. (1994). Análise de conteúdo. Lisboa: Edições Setenta.

BENTO, A. (2012). Como fazer uma revisão da literatura: Considerações teóricas e práticas. Revista JA (Associação Académica da Universidade da Madeira), nº 65, ano VII (pp. 42-44). ISSN: 1647-8975.

BENNETT, John, ELISABETTA, Iossa and LEGRENZI, Gabriella. Oxford Review of Economic Policy Vol. 19, No. 2, Financing and Management Public Services Summer 2003), pp. 335-34

CAMARGO, Mariângela Franco. Gestão do Terceiro Setor no Brasil. São Paulo : Futura 2001

CALEGARE, Marcelo Gustavo Aguilar. O Terceiro Setor, o princípio da subsidiariedade e a ação administrativa de fomento no horizonte de uma nova ordem social. Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Goiás. ISSN. Vol.9, (2009), Goiás.

ETEZIONI, Amitai. The Moral Dimension. A Division of Simon & Schuster Inc. New York, 2010

FALCONER, Andres Pablo – A Promessa do Terceiro Setor. Um estudo sobre a construção do papel das Organizações Sem fins Lucrativos e de seu campo de gestão. São Paulo: USP-SP, 1999. Dissertação de Mestrado

FERNANDES, KR. A Constituição de Redes Organizacionais como nova forma de Gestão das Organizações do Terceiro Setor. Revista Integração, v.7, n.39, p.1-11, jun.2004.

GIFE – Grupo de Instituto, Fundações e Empresas, [Consult. 08 Mar. 2019]. Disponível em www.gife.org.br

GODOY, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa tipos fundamentais. Rev. de Administração de Empresas, São Paulo, v.35, n.3.

GOMEZ, G; FLORES, J; JIMÉNEZ, E. (1999). Metodologia de la investigación cualitativa. Malaga: Ediciones Aljibe

HALL, Peter D. Historical Perspectives on Noprofit Organization. Magazine The Jossey-Bass Handbook of nonprofit leardship and management. Jassey-Bass Publisher (1994), San Frasnisco

LANDIM, Leilah. Para além do Estado e do mercado? Filantropia e Cidadania no Brasil. Rio de Janeiro, 1993: Iser.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. Administração Financeira: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MARTELLO, ALEXANDRE, G1 – Brasília - [Consult. 25 Dez. 2019]. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/09/13/investimento-do-governo-para-2019-e-o-menor-em-14-anos-diz-orgao-do-senado.ghtml>

MARQUES, Diana Sofia Coimbra – As Empresas Sociais no desenvolvimento do Terceiro Setor. Braga: Universidade do Minho, 2014. Dissertação de Mestrado.

MORAES, Roque. (1999). Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32.

OBSERVATÓRIO DO TERCEIRO SETOR NO BRASIL, [Consult. 08 Mar. 2019]. Disponível em www.observatorio3setor.org.br

OLIVEIRA, Eider Arantes: O Terceiro Setor no Brasil: Avanços, Retrocessos Desafios para as Organizações Sociais, RIGS – Revista Interdisciplinar de Gestão Social [Em linha]. Vol. 4, n.º 3 181-199 (2015). [Consult. 17 Out. 2018]. Disponível em www.rigs.ufba.br :. ISSN: 2317-2428.

PAGOTTO, Guilherme: OSP – Assessoria Contábil, [Consult. 15 Set. 2019]. Disponível em www.opscontabilidade.com.br

PASSETI, Edson. Crianças Carentes e Políticas Públicas. História da Criança no Brasil. São Paulo, 1999: Contexto

QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L.V.(1992). Manual de investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva

RAUPP, Fabiano Maury, & BEUREN, Ilse Maria. (2003) Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (org.). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas.

SALAMON, Lester; ANHEIER, H. In search of the non-profit sector: the questions of definitions. Voluntas, Manchester, v.3, n.2, p.125-151.1992

SALGADO, Luiz Francisco. Administração Regional do SENAC – Terceiro Setor – São Paulo – ed- Senac de São Paulo. 2011

SZAZI, Eduardo. Terceiro Setor Regulação no Brasil. – 4 ed. – São Paulo: Petrópolis, 2006

TACHIZAWA, Takeshy. Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor: Criação de ONG's e Estratégias de Atuação – 3 ed. São Paulo: Atlas. 2007

WEISBROD, Burton - The Future of the Nonprofit Sector: Its Entwinning – Weisbrod Private Enterprise and Government 2015